

**PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM DI
KECAMATAN KOTAPINANG KABUPATEN
LABUHANBATU SELATAN**

SKRIPSI

Oleh:

HAISAH HASIBUAN

NIM: 56154004

Program Studi

EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM DI
KECAMATAN KOTAPINANG KABUPATEN
LABUHANBATU SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan

**Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

Oleh:

**HAISAH HASIBUAN
NIM: 56154004**

**Program Studi
EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

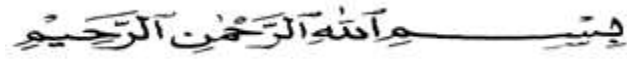
ABSTRAK

Penelitian **Haisah Hasibuan (56154004/Ekonomi Islam)**, dengan judul skripsi **“Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim Di Kecamatan Kotapinang”**. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh pendapatan, religiusitas, dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang

Penelitian ini dilakukan karena melihat banyaknya masyarakat Islam yang berperilaku konsumtif dan tidak lagi memperhatikan syariatnya sebagai seorang muslim. Banyaknya faktor yang mempengaruhi konsumsi masyarakat mendorong peneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor pendapatan, religiusitas dan gaya hidup, baik secara parsial maupun secara simultan terhadap konsumsi masyarakat Muslim Di Kecamatan Kotapinang dan untuk mengetahui faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat tersebut sebagai masyarakat muslim. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Muslim Kecamatan Kotapinang yang mempunyai pendapatan tetap bahkan menurun. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear berganda dengan metode SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim dilihat dari t-hitung $6,435 > 1,984$ (t-tabel), dengan signifikan $0,000 < 0,05$, variabel religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim dilihat dari t-hitung $4,613 > 1,984$ (t-tabel), dengan signifikan $0,000 < 0,05$, dan variabel gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim dilihat dari t-hitung $4,671 > 1,984$ (t-tabel), dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Kemudian melalui uji secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan, religiusitas dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim dilihat dari (f-hitung) $47,123 > 2,700$ (f-tabel) dengan nilai signifikan 0,000. Namun pada uji regresi linier berganda dapat dilihat bahwa variabel pendapatan memiliki pengaruh paling dominan terhadap konsumsi masyarakat Muslim Di Kecamatan Kotapinang sebesar 34,0%. Selain itu dari hasil regresi, koefisien kolerasi (R) sebesar 0,772 menunjukkan bahwa variabel bebas (pendapatan, religiusitas dan gaya hidup) memiliki hubungan yang erat dengan variabel terikat (konsumsi masyarakat muslim), sedangkan koefisien determinasi (R^2) 0,583 menunjukan adanya pengaruh yang besar antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Kata Kunci: pendapatan, religiusitas, gaya hidup, dan konsumsi masyarakat muslim.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pemberi Rahmat dan Tuhan Yang Maha Berkehendak yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia_Nya yang tampak maupun tersembunyi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” **PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM DI KECAMATAN KOTAPINANG**” Shalawat dan salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan keluarganya yang telah membawa manusia dari perekonomian jahiliyah ke perekonomian syariah. Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang istimewa yang sangat berarti di hati penulis dengan mengucapkan ribuan terima kasih kepada Ibunda tersayang HERNI dan ayahanda tercinta HASBI HASIBUAN, dan juga tidak lupa kakak saya NUR AZIZAH HASIBUAN yang telah memberikan kasih sayang, kepercayaan, do’a dan segala yang diberikan serta dukungan baik moril maupun materil yang selama ini penulis nikmati, do’a restu serta dorongan semangat yang tak terhingga sehingga timbul kepercayaan diri untuk menyelesaikan studi ini.

Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berkat arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis haturkan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yaitu kepada :

1. Bapak Rektor Prof. Dr. Saidurrahman, M. Ag dan selaku para staf pembantu serta seluruh jajaranya yang senantiasa mencurahkan dedikasinya dengan penuh keikhlasan dalam rangka pengembangan mutu dan kualitas UINSU.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sekaligus menjadi pembimbing Skripsi 1.
3. Ibunda Dr. Marliyah, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UINSU.

4. Bapak Imsar, M.Si selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UINSU.
5. Ibu Dr. Chuzaimah Batubara, MA dan Ibunda Sri Ramadhani, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Para staf kepegawaian/dosen yang mengajar di Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UINSU.
7. Bapak Sutan Nataris Harahap, S,STP selaku camat di Kecamatan Kotapinang yang telah memberikan izinya kepada peneliti untuk melakukan penelitian pada masyarakat Kotapinang.
8. Kakak-kakak dan abang-abang saya yang juga selalu memberikan do'a dukungan dan semangat.
9. Teman-teman seperjuangan dari Ekonomi Islam A, Sahabat-sahabat terbaikku Ncik-Ncik dan teman kos yang selalu membantu penulis dalam memberikan motivasi serta masukan yang berarti yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis memohon semoga Allah SWT dapat memberikan balasan yang terbaik atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sehingga dapat membuat skripsi ini menjadi lebih baik.

Akhir kata, kepada Allah penulis memohon ampun dengan harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan bagi peneliti selanjutnya. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Assalām 'ualaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh

Medan, 17 Juli 2019

Penulis

Haisah Hasibuan

NIM. 56154004

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Identifikasi masalah	8
C. Batasan masalah.....	9
D. Rumusan masalah	9
E. Tujuan dan manfaat penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Landasan teori.....	12
1. Konsumsi	12
2. Pendapatan	23
3. Religiusitas.....	28
4. Gaya Hidup	36
B. Kajian terdahulu.....	43
C. Kerangka teoritis	47
D. Hipotesa	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
A. Jenis Penelitian.....	50
B. Lokasi dan waktu penelitian	50

C. Defenisi oprasional dan indikator	50
D. Sumber data	54
E. Populasi dan Sample	55
F. Metode pengumpulan data	56
G. Analisa Data	57
 BAB IV TEMUAN PENELITIAN.....	64
A. Gambaran umum Kabupaten Labuhanbatu Selatan.....	64
1. Sejarah Kecamatan Kotapinang	64
2. Kondisi Geografi dan Luas Wilayah.....	65
3. Pemerintahan.....	66
4. Kependudukan	67
5. Ketenagakerjaan.....	68
6. Potensi Daerah	68
B. Profil Responden.....	69
1. Umur	69
2. Jenis Kelamin.....	70
3. Pendidikan.....	70
4. Pekerjaan.....	71
5. Pendapatan	71
C. Hasil Penelitian	72
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reabilitas	73
3. Uji Asumsi Klasik.....	81
a. Uji Normalitas.....	81
b. Uji Multikolinieritas.....	83
c. Uji Heterokedastisitas	84
4. Uji Hipotesis	85
a. Uji F (Uji Simultan)	85
b. Uji T (Uji Parsial)	86
c. Analisis Regresi Linear Berganda	88

	d. Uji Determinasi (R^2)	90
	D. Pembahasan	90
BAB V	PENUTUP	95
	A. Kesimpulan	95
	B. Saran	97
	DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1 Tabel 1.1 Rata-Rata Pengeluaran Perkapita Di Indonesia.....	2
2 Tabel 2.1 Perbedaan Kebutuhan dan Keinginan	35
3 Tabel 2.2 Melihat Gaya Hidup Seseorang	38
4 Tabel 3.1 Devinisi Operasional	49
5 Tabel 4.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kotapinang	65
6 Tabel 4.2 Daftar Nama-Nama Camat	66
7 Tabel 4.3 Jumlah Dan Kepadatan Penduduk.....	67
8 Tabel 4.4 Daftar Tenaga Kerja Menurut Lapangan Pekerjaan	68
9 Tabel 4.5 Jenis Tanaman/Perkebunan	69
10 Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Kelompok Umur...	69
11 Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenis Kelamin	70
12 Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pendidikan	70
13 Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pekerjaan	71
14 Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pendapatan.....	71
15 Tabel 4.11 Uji Validitas	72
16 Tabel 4.12 Uji Reabilitas	74

17	Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Pendapatan	75
18	Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Religiusitas.....	76
19	Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup	78
20	Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Variabel Konsumsi.....	77
21	Tabel 4.17 Uji Normalitas <i>One Sample Kolomogorov Smirnov</i>	82
22	Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas	83
23	Tabel 4.19 Uji F (Simultan).....	85
24	Tabel 4.20 Uji T (Parsial)	86
25	Tabel 4.21 Regresi Linier Berganda.....	88
26	Tabel 4.22 Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R ²).....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1 Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	46
2 Gambar 4.1 Normal P-Plot of Regression Standardized residual	79
3 Gambar 4.2 Scatterplot.....	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara peringkat ke 4 dengan penduduk terbanyak di dunia yaitu dengan jumlah penduduk sebesar 267.000.000 jiwa, tidak heran mengapa Indonesia juga menjadi salah satu negara dengan tingkat konsumsi yang tinggi atau disebut dengan negara konsumtif, dilihat dari impor yang lebih besar dibandingkan ekspor. Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto menyampaikan, indikator pertumbuhan konsumsi masyarakat pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 0,01%, dari 4,94% pada tahun 2017 menjadi 4,95% pada tahun 2018. Peningkatan ini ditunjang oleh beberapa komponen, meliputi konsumsi makanan maupun non makanan. Pertumbuhan konsumsi rumah tangga ini terjadi diseluruh lapisan masyarakat, baik kalangan atas dan menengah, serta kalangan masyarakat ekonomi bawah.¹

Tujuan utama dari kegiatan konsumsi suatu barang dan jasa adalah sebagai upaya dalam memenuhi kehidupan hidup individu atau kelompok. Dalam mewujudkan tujuan tersebut suatu individu atau kelompok belum tentu dapat memenuhi kebutuhan hidupnya secara menyeluruh atas segala yang dibutuhkan atau diinginkan. Hal ini tersebut dikarenakan adanya keterbatasan penghasilan atau pendapatan yang diperoleh oleh pelaku konsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.²

Menurut data BPS konsumsi terdiri dari konsumsi makanan dan konsumsi bukan makanan. Konsumsi makanan meliputi padi-padian, umbi-umbian, ikan, daging, telur dan susu, sayur-sayuran, kacang-kacangan, minyak dan lemak, buah-

¹Statistik Indonesia, *Statistical Yearbook Of Indonesia*, (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018), h. 250.

²Samuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus, *Ilmu Mikroekonomi Edisi 17*, (Jakarta: Media Global Edukasi, 2004), h. 124.

buahan, bahan minuman, bumbu-bumbu sedangkan konsumsi bukan makanan meliputi perumahan, bahan bakar, penerangan, air, aneka barang dan jasa, biaya pendidikan, biaya kesehatan, pakaian, alas kaki, tutup kepala, pajak pemakaian, premi asuransi, barang yang tahan lama, keperluan pesta atau upacara. Berikut data dari BPS mengenai konsumsi:³

Tabel 1.1

Rata-Rata Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal (Rupiah) di Indonesia, 2018

	Perkotaan	Perdesaan	Perkotaan+Perdesaan
Kelompok Barang	>Rp1.000.000	< Rp1.000.000	> Rp1.000.000
Makanan	Rp620.962	Rp479.557	Rp556.899
Bukan makanan	Rp729.562	Rp372.548	Rp567.818
Jumlah	Rp1.350.524	Rp852.105	Rp1.124.717

Sumber: Data konsumsi Badan Pusat Statistik.

Menurut Keynes berdasarkan penjelasan dari Iskandar Putong bahwa, “Tingkat konsumsi ditentukan oleh besarnya tingkat pendapatan. Ini berarti belanja konsumsi itu merupakan bagian dari pendapatan. Dimana besarnya keinginan menabung ditunjukkan dengan selisih antara pendapatan dan konsumsi.”⁴ Keynes juga menemukan teori tentang fungsi konsumsi tersebut yang secara singkat dapat diketengahkan sebagai berikut: besar kecilnya konsumsi pada suatu saat tergantung dengan tingkat pendapatan pada waktu yang bersangkutan. Dengan kata lain besar kecilnya konsumsi saat ini akan sangat tergantung dengan tingkat pendapatan saat itu juga. Pendapatan yang dimaksud dalam hal ini adalah *disposable in-come*.⁵

³Statistik Indonesia, *Statistical Yearbook Of Indonesia*, (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018), h.485.

⁴Iskandar Putong, *Pengantar Mikro dan Makro*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h. 353.

⁵Mesra, *Penerapan Ilmu Matematika dalam Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: Depublish, 2016), h.51.

Dalam Islam, perilaku ekonomi (termasuk perilaku konsumsi) tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan material maupun spritual. Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal-haram saja, tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, dan tidak menjijikkan.⁶ Perilaku konsumsi dengan tingkat keimanan dan religiusitas yang tinggi sebagai asumsi yang dibedakan kedalam tiga macam karakter. Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi akan didominasi oleh tiga motif utama yaitu, *masalah*, kebutuhan, dan kewajiban. Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya oleh tiga hal tadi, tapi juga kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis, ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis, ego, keinginan, dan miskin rasionalisme.⁷

Selain itu gaya hidup juga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi, dimana gaya hidup merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan individu maupun kelompok yang merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenyakanya serta menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut di dalam masyarakat dan lingkungan sekitarnya serta bagaimana cara orang tersebut hidup. Gaya hidup juga memiliki peran terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Dengan meningkatnya gaya hidup masyarakat pada zaman modern ini terjadi akibat adanya pengaruh yang muncul dalam masyarakat yang mempengaruhi cara berfikir seseorang. Semakin

⁶Jenita dan Rustam, "Konsep Konsumsi Dan Perilaku Konsumsi Islam", *JEBI (Jurnal Ekonomi Bisnis Islam)*, Vol. 2, No. 1, 2017, h. 76.

⁷Mujeteba Mustafa, "Konsep Prediksi dan Konsumsi dalam Al-Qur'an", *Al-Amwal*, Vol. 1, No. 2, 2016, h. 149.

berkembangnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka penerapan gaya hidup didalam suatu masyarakat di lingkungan atau negara tertentu merubah sikap para konsumen serta mengikuti trend yang berkembang saat ini.⁸

Salah satu perubahan gaya hidup menurut Monks, Knoers dan Haditomo adalah “adanya hasrat atau keinginan agar penampilan, gaya tingkah laku, cara bersikap, dan lain-lainnya akan menarik perhatian orang lain, terutama kelompok teman sebaya, karena masyarakat ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan tempatnya berada.”⁹ Hal ini tidak jarang mengakibatkan masyarakat melakukan berbagai cara agar dapat memenuhi hasratnya tersebut. Sejalan dengan penjelasan tersebut, Kecamatan Kotapinang salah satu kota yang ada di Kabupaten Labuhanbatu Selatan yang memiliki pola konsumsi masyarakat yang tergolong konsumtif. Menurut data yang bersumber dari badan pusat statistik (BPS) Kecamatan Kotapinang, konsumsi rata-rata perkapita perbulan menurut jenis konsumsi di Kecamatan Kotapinang pada tahun 2017 pengeluaran rata-rata perkapita perbulan di Kecamatan Kotapinang sebesar Rp897.819, yang terdiri dari Rp459.225 untuk pengeluaran makanan (57,56%) dan Rp438.594 untuk pengeluaran bukan makanan (42,44%). Penduduk dengan pengeluaran antara Rp500.000-Rp749.999 sebesar (26,05%), diikuti penduduk dengan pengeluaran antara Rp750.000-Rp999.999 merupakan yang terbanyak sebesar (26,68%) dan penduduk dengan pengeluaran Rp1.000.000–Rp1.249.999 sebesar (15,76%). Sedangkan konsumsi rata-rata masyarakat Kecamatan Kotapinang pada tahun 2018 adalah sebesar Rp1.000.232, yang terdiri dari Rp543.064 untuk pengeluaran makanan (61,49%) dan Rp.457.168 untuk pengeluaran bukan makanan (38,51%). Penduduk dengan pengeluaran antara Rp500.000- Rp749.999 (14,57%), penduduk dengan pengeluaran Rp750.000- Rp 999.999 (31,51%), diikuti dengan penduduk

⁸Isnaini Harahap, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung”, (Uinsu: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam), h. 25.

⁹Achmad Saiful Ramadhan, “Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Dengan Harga Diri Mahasiswa Fakultas Psikologi”, (Universitas Gaja Mada Yogyakarta), *Jurnal Ekonomi*, Vol, 14, No 3, 2015, 87.

dengan pengeluaran antara Rp1.000.000-Rp1.249.999 merupakan yang terbanyak sebesar (36,04%), hingga penduduk dengan pengeluaran Rp1.249.999-Rp1.499.999 (5,30%), dan terakhir pengeluaran > Rp1.500.000 (5,42%), dari data diatas dapat dilihat bahwa konsumsi masyarakat Kecamatan Kotapinang mengalami peningkatan pada tahun 2018.¹⁰

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Kecamatan Kotapinang memiliki luas wilayah 482,40 km², dengan jumlah penduduk sebesar 62.400 jiwa dan 91,70% beragama islam, serta rumah tangga 14.889 masing-masing rumah tangga memiliki pendapatan dan pengeluaran yang berbeda-beda sebagian besar penduduk bekerja dibidang pertanian sebanyak 83,56%, industri sebesar 1,33%, PNS/TNI/POLRI 4,72% orang dan lainnya 12,30%. Besarnya pendapatan penduduk sesuai dengan pekerjaannya. Banyak kebutuhan penduduk dilihat dari besar kecilnya pendapatan yang mereka peroleh.¹¹

Masyarakat Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan yang rata-rata bekerja dibidang sektor pertanian/perkebunan sebesar 83,56% seperti pohon karet dan perkebunan kelapa sawit yang mayoritas sebagai mata pencaharian masyarakat Kotapinang, dan sisanya disektor industri, PNS/TNI/POLRI, dan lainnya. Seperti yang kita tahu bahwa upah pada sektor pertanian tidaklah tinggi bahkan tidaklah sebesar upah disektor industri ataupun bekerja dibagian pemerintahan, tetapi pada tahun-tahun sebelumnya pendapatan masyarakat Kotapinang tergolong tinggi dikarenakan harga hasil panen buah sawit dan karet yang tinggi, dan juga buah dari hasil panen selalu banyak. Tetapi beberapa tahun belakangan ini sepertinya para petani sudah mengeluh dikarenakan pendapatan dari hasil pertanian/perkebunan baik itu karet maupun perkebunan kelapa sawit dari tahun ke tahun mengalami penurunan dikarenakan buah panen yang sudah

¹⁰Badan Pusat Statistik Kabupaten Labuhanbatu Selatan *Regency in figures* 2018, h. 137-150.

¹¹Badan Pusat Statistik Kecamatan Kotapinang Dalam Angka, *Kotapinag Subdistrict in Figure* 2018, h. 115-116.

berkurang dari biasanya (trek), dan juga harga hasil panen yang anjlok, untuk hasil panen karet pada tahun 2014 mencapai Rp 11.000/kg dan ditahun 2018 anjlok menjadi Rp 7.000/kg sedangkan untuk kelapa sawit pada tahun-tahun sebelumnya mencapai Rp 1200 kini hanya Rp 760/kg, sehingga pendapatan masyarakat tersebut mengalami penurunan secara drastis. Dampak dari penurunan hasil panen dan juga harga buah panen yang anjlok tidak hanya dirasakan oleh masyarakat yang memiliki lahan sawit/kebun tetapi, para pekerja yang dibayar untuk bekerja pada kebun tersebut, seperti: tukang panennya, pemupuk, penyemprot dll juga mengalami penurunan pendapatan secara langsung.¹²

Penduduk Kecamatan Kotapinang yang mayoritas masyarakatnya beragama islam sebesar (91,70%). Tentu sudah memahami bagaimana mengonsumsi sesuatu, baik makanan maupun non makanan harus sesuai dengan apa yang telah diajarkan oleh agama yang dianutnya, mengonsumsi harus yang baik, bermanfaat serta tidak boleh berlebihan, Tetapi tidak sedikit masyarakatnya yang mengamalkan apa yang telah mereka ketahui terutama dalam mengonsumsi, kebanyakan masyarakat Kotapinang masih mengikuti hasratnya dalam mengonsumsi.¹³

Biaya konsumsi yang relatif tetap atau naik juga dikarenakan faktor dari meningkatnya harga-harga bahan pokok yang semakin hari semakin mahal, dimana masyarakat juga terpaksa harus membelinya untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka sehari-hari, selain itu dengan berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin maju, dan budaya modern yang sudah masuk menjadi salah satu faktor utama dari meningkatnya konsumsi masyarakat Kotapinang, barang yang seharusnya tidak menjadi kebutuhan mereka sekarang sudah seperti menjadi barang kebutuhan sehari-hari. Contohnya handphone, faktanya 99% masyarakat Kotapinang tersebut sudah menggunakan handphone dan android baik dari pria atau wanita, kalangan tua muda bahkan anak-anak sekolah dasar sudah menggenggam

¹²*Ibid*, h. 120-122

¹³Susanto dan Rustam Ritonga, Petani, wawancara di Desa Karang Sari Sisumut, tanggal 15 November 2018 pukul 14.00

gadget ditangannya. Bertambah banyaknya juga toko-toko seperti: tokoh perabotan, elektronik, baju, sepatu dan lainnya sehingga memaksakan masyarakat kotapinang untuk membelinya sehingga akan meningkatkan konsumsi masyarakat tersebut. Sebagian masyarakat kotapinang yang pendapatannya menurun tetapi, tingkat konsumsi yang tetap atau naik menyebabkan mereka harus berhutang untuk memenuhi konsumsi mereka, khususnya konsumsi non makanan seperti membeli handphone baru, sepeda baru untuk anaknya, motor baru, baju baru, sepatu baru, perlengkapan makeup, dan dll. yang sebenarnya tidak terlalu penting /butuh bagi mereka yang akan menjurus kepada sifat boros.¹⁴

Dari pernyataan diatas seharusnya masyarakat Kotapinang dapat meminimalisir pengeluaran/konsumsi mereka, dengan pendapatan yang berkurang tetapi, kenyataannya rata-rata masyarakat tidak dapat menahan konsumsi mereka yang berlebihan. Sesungguhnya kesesuaian antara konsumsi dan pemasukan tersebut memiliki dalil-dalil yang jelas seperti {Qs. At-Thalaq:7} sebagai berikut:

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۖ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَّا آتَاهَا ۚ سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا ﴿٧﴾

Artinya: “Hendaklah orang-orang yang mampu memberikan nafkah menurut kemampuannya dan orang yang disempitkan rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan” {Qs. At-Thalaq:7}.¹⁵

¹⁴Ibu Fany Sijambak, Karyawan Swasta, wawancara di Kotapinang, tanggal 30 November 2018 pukul 10.00

¹⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahannya: Qs At-Thalaq*, (65): 7, (Bandung: Karya Utama, 2006), h. 559.

Dari uraian di atas, penulis merasa tertarik membahas masalah tersebut dalam sebuah karya tulis berbentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim.”**

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Secara teori (data) berbeda dengan kenyataannya dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa konsumsi masyarakat meningkat sedangkan pendapatan mereka mengalami penurunan, sedangkan teori menjelaskan bahwa pendapatan harus disesuaikan dengan pengeluaran.
2. Pemahaman mengenai nilai-nilai agama dalam mengonsumsi masih rendah, rendahnya pemahaman mereka bagaimana agama khususnya Islam sangat mengatur agar kita dapat membelanjakan uang kita sesuai dengan kebutuhan yang kita perlukan bukan yang kita inginkan sehingga sisa dari pendapatan yang kita peroleh dapat ditabung dan sebagian dari pendapatan kita disimpan untuk bersedekah karena ada juga hak orang lain didalamnya, tetapi berbeda dengan kebanyakan masyarakatnya yang rela berhutang untuk membeli barang yang mereka inginkan seperti: berhutang agar mendapatkan gadget, tas, sepatu dll
3. Gaya Hidup yang tinggi, perkembangan zaman yang semakin canggih dan diikuti dengan masuknya budaya luar sehingga mengubah gaya hidup masyarakat menjadi berlebihan, mereka merasa harus bisa mengikuti perkembangan zaman, baik dalam memiliki barang-barang yang trend, sampai dengan berpenampilan.
4. Minimnya minat menabung
5. Sifat konsumtif yang berlebihan pada masyarakat, disebabkan oleh banyaknya toko-toko seperti: toko elektronika, Fashion dll. Bahkan tidak hanya toko tetapi dengan aplikasi online masyarakat yang berada di rumah tidak perlu lagi tepot-

repot keluar untuk berbelanja, sehingga akan memaksakan masyarakat untuk berbelanja demi memenuhi keinginannya.

B. Batasan Masalah

Karena adanya keterbatasan teori, waktu, dana, tenaga yang penulis peroleh dan agar penelitian dapat dilakukan lebih terarah dan jelas, maka tidak semua masalah yang telah diidentifikasi akan diteliti. Untuk itu pada penelitian ini penulis membatasi tiga variabel bebas, yaitu Pendapatan, Religiusitas, dan Gaya Hidup serta satu variabel terikat, yaitu konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh pendapatan, terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan?
2. Apakah ada pengaruh religiusitas, terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan?
3. Apakah ada pengaruh gaya hidup, terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan?
4. Apakah pendapatan, religiusitas, gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan?
5. Seberapa besar pendapatan, religiusitas, Gaya Hidup dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh tabungan terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan.
- d. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan, religiusitas dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan.
- e. Untuk mengetahui seberapa besar pendapatan, religiusitas dan gaya hidup dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan.

2. Manfaat Penelitian ini adalah:

- a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh pendapatan, religiusitas, dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim.

- b. Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca dan sebagai salah satu sumber referensi bagi kepentingan keilmuan yang berkaitan dengan pendapatan, religiusitas, dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim.

c. Bagi instansi yang bersangkutan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pemerintah atau instansi yang bersangkutan dalam menentukan kebijakan berikutnya khususnya di daerah Kecamatan Kotapinang untuk lebih menghimbau kepada masyarakatnya untuk dapat menggunakan uang mereka dengan baik, menyeimbangkan antara pendapatan dan pengeluaran bukan sebaliknya, sehingga perekonomian di daerah tersebut dapat berjalan dengan baik dan seimbang, tanpa adanya sifat konsumtif yang berlebihan.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Konsumsi

a. Pengertian Konsumsi

Pengertian konsumsi menurut N. Gregory Mankiw berdasarkan penjelasan Suherman Rosidi merupakan “membelanjakan kekayaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan manusia seperti makanan, pakaian, perumahan, barang-barang kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga dan lain sebagainya, tidak ada batas bagi keinginan manusia yang tak pernah dapat merasa puas.”¹ Dengan demikian perihal konsumsi bukan saja berkaitan makanan dan minuman yang sering dijadikan sebagai aktifitas sehari-hari, akan tetapi konsumsi juga meliputi pemanfaatan atau pendayagunaan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia.²

Konsumsi dalam artian mikro ialah pengeluaran seseorang individu untuk membeli barang-barang dan jasa akhir guna mendapatkan kepuasan atau memenuhi kebutuhannya. Secara teoritis pengeluaran konsumsi dapat dibagi menjadi 3 kategori utama yaitu pengeluaran untuk barang tahan lama, barang tidak tahan lama, dan pengeluaran untuk jasa.³ Sedangkan dalam pengertian makro konsumsi adalah pengeluaran yang dikeluarkan oleh keseluruhan (*agregat*) rumah tangga

¹Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011), h. 163.

²Muhammad Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Prinsip Dasar Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h. 137.

³Haroni Doli H. Ritonga, “Pola Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 13, No. 3, 2010), h. 89.

konsumen untuk pembelian barang dan jasa akhir dengan maksud memperoleh kepuasan atau dalam rangka mencukupi kebutuhannya.

b. Jenis-jenis konsumsi

Menurut Mankiw, N. Gregory terdapat 3 jenis konsumsi yaitu:⁴

- 1) Barang tidak tahan lama (Non Durable Goods) adalah barang yang habis dipakai dalam waktu pendek, seperti makanan dan pakaian.
- 2) Barang tahan lama (Durable Goods) adalah barang yang memiliki usia panjang seperti mobil, televisi, alat-alat elektronik, ponsel dan lainnya.
- 3) Jasa (services) meliputi pekerjaan yang dilakukan untuk konsumen oleh individu dan perusahaan seperti potong rambut dan berobat ke dokter.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi

Banyak faktor yang mempengaruhi besarnya pengeluaran konsumsi rumah tangga. Faktor-faktor tersebut dapat diklarifikasikan menjadi 3 besar di antaranya: dilihat dari faktor-faktor ekonomi, faktor-faktor demografi (kependudukan), faktor-faktor non ekonomi.⁵

1) Faktor-Faktor Ekonomi

Empat faktor yang menentukan tingkat konsumsi adalah:⁶

a) Pendapatan rumah tangga (*household income*)

Pendapatan adalah jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Pendapatan rumah tangga amat pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Biasanya, semakin baik (tinggi)

⁴Mankiw, N. Gregory, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Jakarta: Erlangga, cet 6, 2007), h. 11.

⁵Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi: mikroekonomi & makroekonomi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, cet 3, 2008), h. 264.

⁶H. Abdul Wahab, *Pengantar Ekonomi Makro*, ((Makassar: Alauddin University Press, cet 1, 2012), h. 115.

tingkat pendapatan, tingkat konsumsi makin tinggi untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi makin besar, atau mungkin juga pola hidup menjadi konsumtif, sedikit-tidaknya semakin menuntut kualitas yang baik.

b) Kekayaan Rumah Tangga (*Household Wealth*)

Kekayaan rumah tangga adalah kekayaan riil (rumah, tanah, dan mobil) dan *financial* (deposito berjangka, saham, dan surat-surat berharga). Kekayaan-kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi, karena menambah pendapatan *disposable*.

c) Tingkat Bunga (*Interest Rate*)

Tingkat bunga tinggi dapat mengurangi keinginan konsumsi baik dilihat dari sisi keluarga yang memiliki kelebihan uang maupun yang kekurangan uang. Dengan tingkat bunga yang tinggi, maka biaya ekonomi (*opportunity cost*) dari kegiatan konsumsi akan semakin mahal. Bagi mereka yang ingin mengonsumsi dengan berhutang dahulu, misalnya dengan meminjan dari bank atau menggunakan fasilitas kartu kredit, biaya bunga semakin mahal, sehingga lebih baik menunda atau mengurangi konsumsi.

d) Perkiraan Tentang Masa Depan (*Household Expectation About The Future*).

Faktor-faktor internal yang dipergunakan untuk memperkirakan prospek masa depan rumah tangga antara lain pekerjaan, karier dan gaji yang menjanjikan, banyak anggota keluarga yang telah bekerja. Sedangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi antara lain kondisi prekonomian domestik dan internasional, jenis-jenis dan arah kebijakan ekonomi yang dijalankan pemerintah.

2) Faktor-Faktor Demografi

Dua faktor yang menentukan tingkat konsumsi adalah:⁷

a) Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk yang besar akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun pengeluaran rata-rata perorang perkeluarga relatif rendah.

b) Komposisi Penduduk

Komposisi penduduk suatu negara dapat dilihat dari beberapa klarifikasi, di antaranya: usia (produktif dan tidak produktif), pendidikan (rendah, menengah, tinggi), dan wilayah tinggal (perkotaan dan pedesaan). Selain itu dilihat dari seberapa banyak penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan, pengeluaran konsumsi juga semakin tinggi. Sebab pola hidup masyarakat perkotaan lebih konsumtif dibanding masyarakat pedesaan.

3) Faktor-Faktor Non-Ekonomi

Faktor non ekonomi terhadap besarnya ekonomi adalah seperti faktor sosial budaya masyarakat, gaya hidup, dan religiusitas, Misalnya saja berubahnya pola sosial budaya makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru masyarakat lain yang dianggap lebih hebat (tipe ideal). Contohnya di Indonesia adalah berubahnya kebiasaan berbelanja dari pasar tradisional ke pasar swalayan. Begitu juga kebiasaan makan masakan yang disediakan ibu di rumah menjadi kebiasaan dari makan di restaurant atau pusat-pusat jajanan yang menyediakan makanan cepat saji (*fast food*). Selain itu masyarakat memiliki banyak pilihan untuk mengkonsumsi barang dan jasa, jika individu tidak memiliki kekuatan diri, maka individu-individu tersebut akan terjebak dalam perilaku konsumsi yang sangat konsumtif yaitu perilaku konsumtif yang memperturutkan segala keinginan dengan harapan

⁷Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi: Mikroekonomi & Makroekonomi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Cet ke tiga, 2008), h. 267.

mendapatkan kepuasan material. Dengan demikian, nilai-nilai agama dan etika menjadi filter terakhir yang akan melindungi seseorang individu agar tidak terjebak dalam perilaku yang menyimpang dari nilai-nilai agama.⁸

Dalam teori ekonomi konvensional penggunaan pendapatan dilukiskan secara matematis $Y = C + S$, dimana Y ialah pendapatan, C ialah konsumsi dan S ialah sisa pendapatan yang tak dikonsumsi atau tabungan. Dengan demikian konsumsi tergantung pada pendapatan. Semakin besar pendapatan sekarang akan semakin besar juga konsumsinya, dan semakin tinggi tingkat kesejahteraannya. Teori ekonomi secara umum mengakui keberadaan teori ini menjadi legitimasi masyarakat bahwa tolak ukur kesejahteraan adalah tingkat pendapatan. Masyarakat akan berpikir bahwa tanpa menambah pendapatan, konsumsi tidak akan meningkat. Oleh karena itu setiap individu akan selalu berusaha dengan berbagai cara untuk meningkatkan pendapatannya.⁹

Dalam ekonomi Islam fungsi konsumsi terikat pada prinsip yang dinyatakan oleh Rasulullah saw. bahwa hakekat kepemilikan bagi seseorang ialah apa yang dimakan dan yang dikeluarkan zakat, infak dan sedekah (ZIS). Dari penjelasan ini, maka dapat dirumuskan suatu fungsi pendapatan dalam ekonomi Islam sebagai berikut:¹⁰

$$Y = C + S + \text{Infaq}$$

$$Y = C + \text{Infaq} + S$$

Jika.....FS = C + Infaq

Maka.....Y = FS + S

⁸ *Ibid*, h. 268.

⁹Haroni Doli H. Ritonga, "Pola Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 13, No 3. 2010, h. 90.

¹⁰Sarwono, "Analisis Perilaku Konsumen Prespektif Ekonomi Islam", *Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol.8, No. 1, 2009, h. 45-46.

Dimana.....FS = Final spending

Final spending (FS) adalah konsumsi yang dibelanjakan untuk keperluan konsumtif ditambah dengan pemelanaan untuk infaq. Sehingga Final spending pembelanjaan akhir seorang muslim.

Allah swt. Menyiapkan jalan yang sukar dan menjadikan hartanya tidak bermanfaat bagi orang-orang yang bakhil dengan harta yang dimilikinya dan merasa dirinya cukup, serta mendustakan pahala sehingga tidak mau bersedekah. Secara implisit persamaan tersebut mengisyaratkan bahwa penggunaan pendapatan tidak hanya untuk yang bersifat duniawi dan individualistis. Tetapi terdapat unsur infak yang pada hakekatnya ialah membantu orang lain. Dengan demikian dalam ekonomi Islam tidak dibenarkan konsumsi yang berlebihan dan individualistis. Sejalan dengan pandangan bahwa ketersediaan sumber daya dalam ekonomi Islam sesungguhnya tidak langka melainkan cukup, maka urutan permasalahan ekonomi tidak seperti dalam pandangan konvensional.

d. Pengertian Konsumsi dalam Islam

Ekonomi islam merupakan ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan mengelola sumber daya untuk mencapai *falah* berdasarkan prinsip-prinsip dan nilai Al-Quran dan Sunnah.¹¹ Sedangkan konsumsi secara umum diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa-jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia.¹²

Berdasarkan kedua pengertian diatas dapat diartikan bahwa konsumsi islam adalah suatu kegiatan ekonomi dalam penggunaan barang dan jasa untuk digunakan dan memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengalokasikan dan mengelola

¹¹Arif Pujiyono, "Teori Konsumsi Islam", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 3, No 2, 2006, h. 41.

¹²Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 162.

sumber daya yang ada, dengan berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai Al-Quran dan Sunnah.

Adapun pengertian konsumsi Islam menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:¹³

- 1) Menurut Qal'ahjiy, konsumsi adalah menyapakan zat sesuatu atau menghabiskan manfaat sesuatu atau menghabiskan manfaat sesuatu untuk memperoleh manfaatnya.
- 2) Menurut Mannan konsumsi adalah pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.
- 3) Yusuf Qardhawi menyatakan bahwa membelanjakan harta tidak boleh melampaui batas yang diperlukan. Begitu pula sebaliknya membelanjakan harta yang terlalu hemat bukan karena tidak mampu tetapi *bakhi*. Yusuf Qardhawi berpendapat bahwa dalam konsumsi harus berperilaku secara sederhana.¹⁴ Menurut Yusuf Qardhawi, ada beberapa norma dasar yang menjadi landasan dalam berperilaku konsumsi seorang muslim, antara lain:
 - (a) Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir.
 - (b) Tidak melakukan kemubaziran.
 - (c) Tidak hidup mewah dan boros.
 - (d) Kesederhanaan.
 - (e) Mementingkan kehendak sosial dibandingkan yang bersifat pribadi.

¹³Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 62.

¹⁴Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, Alih Bahasa Didin Hafidudin, Dkk, (Jakarta: Rabani Pers, cet 1, 1997), h. 15.

- 4) Al-Ghazali bahwa kesejahteraan (*maslahah*) dari suatu agama (*al-dien*), hidup atau jiwa (*nafs*), masyarakat keluarga atau keturunan (*nasl*), harta atau kekayaan (*mall*), dan akal (*aql*).

Dalam mengkonsumsi seorang konsumen harus memperhatikan manfaat dan berkah yang dihasilkan dalam kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Disisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengkonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karena memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang/jasa yang telah dikonsumsi. Sebaliknya, konsumen tidak akan mengkonsumsi barang-barang/jasa yang haram karena tidak mendatangkan berkah. Mengkonsumsi yang haram akan menimbulkan dosa yang pada akhirnya akan berujung pada siksa Allah.¹⁵

e. Konsep *Maslahah* Dalam Perilaku Konsumsi Muslim

Utilitas (kepuasan) bukanlah tujuan konsumsi dalam ekonomi islam, karena menjadikan kepuasan sebagai tujuan akhir konsumsi berarti mengurangi kesakralan konsumsi dan mempertegas bahwa tujuan hidup bersifat duniawi semata.

Berdasarkan penjelasan Asafri Jaya Bakri dalam ekonomi islam teori-teori konsumsi terhadap barang diklasifikasikan dalam tiga kelompok, yaitu konsumsi barang primer (kebutuhan pokok) yang benar-benar dibutuhkan orang dan sifatnya wajib untuk dipenuhi, seperti sembako, rumah tempat tinggal, pakaian, dan lain sebagainya. konsumsi barang-barang skunder (kenyamanan) sifatnya menunjang/melengkapi kebutuhan pokok, misalnya makanan yang bergizi, pendidikan yang baik, pakaian yang baik, rumah yang baik dan belum termasuk dalam kategori mewah. dan konsumsi tersier (kemewahan) yang sifatnya mewah/tidak sederhana misalnya rumah mewah, kendaraan mewah, barang-barang mewah, dll. Dalam bahasa ekonomi islam tingkatan konsumsi terhadap barang-

¹⁵Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), h. 129.

barang ini diistilahkan dengan barang-barang bersifat, *daruriyat*, *tahsiniyat*, dan *hajiyyat*.¹⁶

Tujuan konsumsi dalam ekonomi islam adalah masalah yaitu *memelihara* tujuan *syara'* (dalam menetapkan hukum) dengan cara menghindari kerusakan dari manusia. Dengan mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan (*utility*) dan keinginan.

Dari tujuan diatas *masalah* dapat dikategorikan kepada tiga tingkatan sebagaimana jenis kebutuhan diatas yaitu:¹⁷

- 1) *Maslahah daruriyat* yaitu kemaslahatan yang berkaitan dengan kebutuhan pokok manusia didunia dan diakhirat yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.
- 2) *Maslahah hajiyyat* yaitu kemaslahatan yang dibutuhkan untuk menyempurnakan kemaslahatan pokok yang berbentuk keringanan, untuk mempertahankan dan memelihara kebutuhan dasar manusia. Misalnya boleh jual beli melalui pesanan (salam). Semuanya diisyaratkan Allah untuk mendukung kebutuhan dasar tersebut.
- 3) *Maslahah tahsiniyat* yaitu kemaslahatan yang sifatnya pelengkap berupa kekeluasaan yang melengkapi kemaslahatan sebelumnya. Misalnya dianjurkan untuk memakan makanan yang bergizi dan berpakaian yang bagus.

f. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

- 1) Memperhatikan tujuan konsumsi

¹⁶Asafri Jaya Bakri, *Konsep Maqasid syariah Menurut As-Syatibi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1996), h. 35.

¹⁷M. Ridwan dkk, *Ekonomi Islam Pengantar Mikro dan Makro*, (Bandung: Citra Pustaka Media, 2013), h. 27-28.

Prilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi “ibadah” dalam rangka mendapat ridha Allah Swt.

Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-An’am ayat 162:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya: Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.¹⁸

Kata hidupku maknanya termasuk didalam konsumsi. Prilaku konsumsi muslim berfungsi sebagai ibadah sehingga merupakan amal sholeh, karena setiap perbuatan ada perintah dari Allah, maka mengandung ibadah. Sedangkan perintah makan terdapat pada Al-Qur’an surat Al-A’raf ayat 31:

﴿يَبْنَى ٓءَآدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ۝﴾

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.¹⁹

Dapat dipahami bahwa ayat diatas menganjurkan kepada umat islam supaya jangan melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan.²⁰

¹⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Qur'an Dan Terjemah*, (Surabaya: Karya Utama, 2005), h. 201.

¹⁹*Ibid.*, h. 250.

²⁰M. Quraish Sihab, *Tafsir Al-Misbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 76-77.

2) Memperhatikan kaidah ilmiah

Dalam mengkonsumsi seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan. Prinsip kebersihan mengandung arti barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi, dan memiliki manfaat tidak mempunyai kemudharatan.²¹

Sebagaimana firman Allah SWT surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.²²

Islam juga menjunjung tinggi kebersihan, tidak hanya kebersihan dalam mengkonsumsi makanan, tetapi kebersihan pada diri sendiri dan juga lingkungan hidup kita. Kebersihan dalam mengonsumsi harus sangat diperhatikan, selain itu kita harus tahu apa yang kita konsumsi adalah halal, baik, serta tidak memberikan kemudharatan bagi kita. baik itu dalam mengkonsumsi barang atau jasa. dengan mengonsumsi apa yang sudah dihalalkan dan menjauhi apa yang sudah diharamkan, apabila kita masih mengonsumsi apa-apa saja yang sudah diharamkan, maka kita termasuk mengikuti langkah-langkah syetan.

3) Prinsip kesederhanaan

²¹Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 94.

²²Sayyid Qutub, *Fi Zhilal Al-Qur'an: Juz 1*, (Surabaya: Karya Utama, 2005), h. 155.

Prinsip kesederhanaan dalam konsumsi berarti bahwa orang haruslah mengambil makanan dan minuman sekadarnya dan tidak berlebihan karena makan berlebihan itu berbahaya dalam kesehatan.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT surat al-A'raf ayat 31:

﴿يَبْنَىٰ ٓءَآدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝ۛ﴾

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.²³

Tidak hanya dalam mengkonsumsi makanan yang kita sukai, halal, enak, dan bergizi, tetapi dalam berpakaian juga Allah memerintahkan kita untuk memakai yang indah setiap kali memasuki masjid (saat beribadah), tetapi jangan secara berlebih-lebihan karena tidak akan memberikan rahmat dan pahala bagi orang yang berlebihan.²⁴

2. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).²⁵ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang

²³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahannya*: surat al-A'raf ayat 31, (Surabaya: Karya Utama, 2005), h. 154.

²⁴Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, (Medan: Febi Uin-Su Press, 2016), h. 182-183.

²⁵Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), h. 185.

yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.²⁶

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Reksoprayitno mendefinisikan “Bahwa pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu.”²⁷

Menurut Soerkartawi “pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi.”²⁸ Dari penjelasan diatas bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Pada hakikatnya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun badan usaha tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor , seperti tingkat pendidikan dan pengalaman seorang, semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengalaman maka makin tinggi pula tingkat pendapatannya, kemudian juga pendapatan tingkat pendapatan sangat dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, akses kredit, jumlah tenaga kerja, tanggungan keluarga, jenis barang dagangan (produk) dan faktor lainnya. Pada umumnya masyarakat selalu mencari tingkat pendapatan tinggi untuk

²⁶BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), h. 230.

²⁷Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), h. 79.

²⁸Soekartawi, *Faktor-Faktor Product*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 132.

memenuhi kebutuhan rumah tangganya, akan tetapi dibatasi oleh beberapa faktor tersebut.²⁹

c. Menentukan Pendapatan

Berikut ini adalah mengenai pendapatan yang rill, yaitu:³⁰

- 1) Pendapatan pokok adalah pendapatan yang bersifat periodik atau semi periodik. Jenis pendapatan ini merupakan sumber pokok yang bersifat permanen.
- 2) Pendapatan tambahan adalah pendapatan rumah tangga yang dihasilkan anggota rumah tangga yang bersifat tambahan, seperti membuka usaha atau kerja sampingan, bagi karyawan yang bekerja di perusahaan, lembaga/pemerintah adanya pendapatan berupa intensif, bonus, tunjangan, dll.
- 3) Pendapatan lain-lain adalah pendapatan yang tidak terduga. Pendapatan lain-lain berupa bantuan dari orang lain, ataupun bantuan yang diberikan oleh pemerintah.

d. Sumber-Sumber Pendapatan

Selain klasifikasi terdapat beberapa sumber penerimaan rumah tangga yang dibagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut:³¹

- 1) Pendapatan dan gaji/upah adalah balas jasa terhadap kesediaan menjadi tenaga kerja, besar gaji atau upah seseorang secara teoritis sangat tergantung dari produktivitasnya, dalam gaji termasuk berupa insentif, kompensasi, dan juga bonus, perolehan gaji dan tambahan berupa insentif, kompensasi, dan bonus dilihat dari seberapa besar tingkat kinerja karyawan terhadap suatu lembaga atau perusahaan.

²⁹Nazir, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan*, (Yogyakarta: UNY press, 2010), h. 23.

³⁰Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 21-22.

³¹Akram Rihda, *Pintar Mengelola Keuangan Keluarga Sakinah*, (Solo: Tayiba Media, 2014), h. 118-119.

- 2) Pendapatan dari aset produktif adalah aset yang memberikan masukan atas balas jasa penggunaannya. Ada dua kelompok aset produktif. Pertama, aset finansial (*financial asset*) seperti deposito yang menghasilkan pendapatan saham yang mendapatkan deviden dan keuntungan atas modal atau (*capital gain*) bila diperjual belikan. Kedua, aset bukan finansial (*Realasset*) seperti rumah yang memberikan penghasilan sewa.
- 3) Pendapatan dari pemerintah atau penerimaan transfer adalah pendapatan yang diterima bukan sebagai balas jasa atas input yang diberikan. Negara-negara yang telah maju dan juga berkembang penerimaan transfer diberikan dalam bentuk bantuan yang diberikan kepada masyarakatnya yang membutuhkan.

e. Pengertian pendapatan dalam pandangan Islam

Al-Asfahani menuliskan dalam *Mu'jam Mufradat* berdasarkan penjelasan Azhari Akmal Tarigan bahwa “upah/pendapatan bermakna apa yang diperoleh dari balasan suatu perbuatan baik yang bersifat duniawi ataupun ukhrawi.”³² Adanya balasan atau upah yang bersifat ukhrawi adalah dimana ganjaran atau pahala yang diperoleh seseorang atas amal saleh yang ia kerjakan selama di dunia.

Adapun distribusi pendapatan dalam Islam menduduki posisi yang penting karena pembahasan distribusi pendapatan tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi akan tetapi juga berkaitan dengan aspek sosial dan politik. Dalam Islam telah dianjurkan untuk melaksanakan zakat, infak dan shadaqah dan lain sebagainya. Islam tidak mengarahkan distribusi pendapatan yang sama rata, letak pemerataan dalam Islam adalah keadilan atas dasar *maslahah* dimana di antara satu orang dengan orang lain dalam kedudukan sama atau berbeda, mampu atau tidak mampu bisa saling menyantuni, menghargai dan menghormati peran masing-masing. Dalam pengakuan Islam kepemilikan manusia hanya diberi hak yaitu hanya berwenang untuk memanfaatkan sedangkan pemilik yang hakiki dan absolut hanyalah Allah swt.

Seperti dalam firman-Nya dalam QS. Al-Baqarah/2: 29.

³²Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, h. 142.

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٦﴾

“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan dia berkehendak menciptakan langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit! Dan Dia Maha Mengetahui segala-sesuatu”.³³

Dalam pemanfaatan yang dilakukan manusia dapat dilakukan dengan memanfaatkan harta sebagai makanan untuk kepentingan jasmani juga memanfaatkan ciptaan Allah untuk memenuhi kebutuhan rohani, yakni dengan cara memikirkan kekuasaan Allah melalui ciptaan-Nya. Hal ini dilakukan jika cara memanfaatkan yang pertama sudah di luar batas kemampuan manusia. Dengan demikian bahwa pada asalnya seluruh makhluk di dunia ini boleh dimanfaatkan.

Berdasarkan ayat dan tafsir yang di kemukakan oleh Ahmad Mustafa dapat disimpulkan bahwa semua sumber daya alam adalah anugerah dari Allah bagi umat manusia, maka tidak ada alasan kekayaan sumber daya tersebut terkonsentrasi pada beberapa pihak saja. Islam menekankan keadilan distributif dan menerapkan dalam sistem ekonomi program untuk redistribusi pendapatan dan kekayaan sehingga setiap individu mendapatkan jaminan standar kehidupan. Dalam Islam semua orang memiliki hak yang sama dalam kekayaan yang dimiliki masyarakat.³⁴

Selain itu pendapatan dalam Islam penghasilan/upah merupakan hak dari orang yang telah bekerja dan kewajiban bagi orang yang mempekerjakan, pendapatan diperoleh harus bersumber dari usaha yang halal. Pendapatan yang halal akan membawa keberkahan yang diturunkan oleh Allah. Harta yang didapat dari kegiatan yang tidak halal, seperti mencuri, korupsi dan perdagangan barang haram bukan hanya akan mendatangkan bencana atau siksa di dunia namun juga siksa

³³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Syamil Cipta Media, 2005), h. 6.

³⁴Ahmad Mustafa Al-Maragi, *Terjemah Tafsir Al-Maragi Juz 1*, (Semarang: Karya Toha Putra, 1987), h. 128.

diakhirat kelak. Harta yang diperoleh secara halal akan membawa keberkahan didunia akan keselamatan diakhirat.

Mengingat nilai-nilai Islam merupakan faktor endogen dalam rumah tangga seorang muslim, maka haruslah dipahami bahwa seluruh proses aktivitas ekonomi didalamnya, harus dilandasi legalitas halal-haram mulai dari produktivitas (kerja), hak pemilikan, konsumsi, transaksi dan investasi. Aktivitas yang terkait dengan aspek hukum tersebut kemudian menjadi muara bagaimana seorang muslim melaksanakan proses distribusi pendapatannya. Islam tidak bisa mentolerir distribusi pendapatan yang sumbernya diambil dari yang haram. Karena instrumen distribusi pendapatan dalam keluarga muslim juga akan bernuansa hukum (wajib-sunnah).³⁵

Tingkat pendapatan sangat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan seseorang/keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya.³⁶

3. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Istilah religiusitas merupakan terjemahan dari kata *religiosity* dalam bahasa inggris, mengartikan religiusitas sebagai keshalihan atau besarnya kepatuhan dan pengabdian terhadap agama. Istilah religi atau agama beda dengan istilah religiusitas. Agama menunjuk aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan

³⁵Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), h.227.

³⁶Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", (Universitas Al-muslim Bireuen Aceh) *Journal Ekonomika*, Vol. IV, No. 2, 2017, h. 7-9.

dan kewajiban-kewajiban, sedangkan religiusitas mengacu pada aspek religi yang dihayati oleh individu didalam hati.

Pengertian religiusitas berdasarkan dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Glock dan Start dalam Ancok adalah “Seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan agama yang dianut seseorang.”³⁷

Berdasarkan beberapa uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah status keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya betingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran-ajaran agama yang dianutnya.

b. Faktor –faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Religius timbul bukan karena dorongan alam/asasi, melainkan dorongan yang terciptanya karena tuntutan perilaku. Religiusitas seseorang terbentuk melalui dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal individu.

Faktor internal didasarkan pada pengaruh dari dalam diri manusia itu sendiri, yang pada dasarnya dalam diri manusia terdapat makhluk homo religious. Potensi tersebut termuat dalam aspek kejiwaan manusia seperti naluri, akal, perasaan maupun kehendak, adanya rasa takut, rasa ketergantungan ataupun bersalah (*sense of quulf*). Sedangkan faktor eksternal timbul dari luar individu itu sendiri, seperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, tekanan-tekanan lingkungan soial dalam kehidupan individu.

Religiusitas berkembang bukan secara langsung sebagai bawaan yang diwariskan secara turun temurun, akan tetapi terbentuk dari berbagai unsur kejiwaan (*efektif, kognitif dan konatif*). Berdasarkan hal tersebut ada empat yang mempengaruhi perkembangan sikap religius, yaitu:³⁸

³⁷Djamaluddin Ancok dan Surono Fuat Nashori, *Psikologi Islami Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008), h. 160.

³⁸Noer Rohmah, *Pengantar Psikologi Agama*, (Yogyakarta: Teras, 2013), 167.

- 1) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial.
- 2) Faktor pengalaman.
- 3) Faktor kehidupan.
- 4) Faktor intelektual.

Kesadaran beragama merupakan dasar dan arah dari kesiapan seseorang mengadakan tanggapan, reaksi pengolahan dan penyesuaian diri terhadap rangsangan yang datang dari dunia luar. Semua tingkah laku dalam kehidupannya seperti berpolitik, berekonomi, berkeluarga, bertani, berdagang, dan sebagainya diwarnai oleh sistem kesadaran beragama. Kesadaran beragama ini tidak hanya melandasi pada tingkah laku yang tampak saja, tetapi juga mewarnai sikap, pemikiran, i'tikad, niat, dan lain sebagainya.

c. Kematangan Beragama

Manusia mengalami dua macam perkembangan, yang pertama yaitu perkembangan jasmani dan kedua perkembangan rohani. Puncak perkembangan jasmani yang dicapai oleh manusia disebut juga kedewasaan. Sebaliknya, perkembangan rohani diukur berdasarkan pada tingkat kemampuan. Pencapaian tingkat abilitas tertentu bagi perkembangan rohani disebut dengan istilah kematangan.³⁹

Kesadaran beragama merupakan dasar dan arah dari kesiapan seseorang mengadakan tanggapan, reaksi, pengolahan dan penyesuaian diri terhadap rangsangan yang datang dari dunia luar. Semua tingkah laku dalam kehidupannya seperti berpolitik, berekonomi, berkeluarga, bertani, berdagang, dan sebagainya diwarnai oleh sistem kesadaran beragama. Kesadaran beragama ini tidak hanya melandasi pada tingkah laku yang tampak saja, tetapi juga mewarnai sikap, pemikiran, I'tikad, niat, dan lain sebagainya.⁴⁰

³⁹Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Agama: Tingkah Laku Agama Yang Menyimpang* (Palembang: IAIN Raden Fatah Press, 2014), h. 115.

⁴⁰Noer Rohmah, *Pengantar Psikologi Agama* (Yogyakarta: Teras, 2013), 167.

Kematangan beragama berarti kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya serta menjadikan nilai-nilai dalam sikap dan bertingkah laku. Artinya bahwa kematangan beragama tersebut tercermin dari kemampuan seseorang untuk memahami, menghayati serta mengaplikasikan nilai-nilai luhur agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari. Menganut suatu agama karena menurut keyakinan agama tersebut yang terbaik, karena itu ia berusaha menjadi penganut yang baik. Keyakinan itu diwujudkan dalam sikap maupun tingkah laku keagamaan yang mencerminkan ketaatan seseorang terhadap agamanya.⁴¹

d. Religiusitas dalam Perspektif Islam

Quraish Shihab mengatakan berdasarkan penjelasan Ahyadi bahwa “agama adalah hubungan antara makhluk dan khaliqnya, yang terwujud dalam sikap batinnya serta tampak dalam ibadah yang dilakukan dan tercermin pula didalam sikap kesehariannya.”⁴²

Keyakinan beragama menjadi bagian yang integral dari kepribadian seseorang. Keyakinan itu akan mengawasi segala tindakan perkataan bahkan perasaan. Pada saat seseorang tertarik pada sesuatu yang tampaknya menyenangkan, maka keimanannya akan cepat bertindak menimbang dan meneliti apakah hal tersebut boleh atau tidak oleh agamanya.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT surat al-Baqarah (2): 177.

﴿لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ
ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ

⁴¹Akmal Hawi, *Seluk Beluk Ilmu Jiwa Agama* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), h. 82.

⁴²Ahyadi, *Psikologi Agama*, (Bandung: Martiana, 1981), h. 10.

عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ
 وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا
 عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ
 صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya: Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.⁴³

Maksud dari ayat diatas bahwa kebajikan atau ketaatan yang mengantarkan pada kedekatan kepada Allah bukanlah dalam menghadapi wajah dalam shalat ke arah timur dan barat tanpa makna, tetapi kebajikan yang seharusnya mendapat perhatian semua pihak adalah yang mengantarkan pada kebahagiaan dunia dan akhirat, yaitu keimanan kepada Allah dan hari kemudian sebenar-benarnya iman, sehingga meresap kedalam jiwa dan membuahkan amal-amal shaleh yang lahir pada perilaku kita.⁴⁴

e. Dimensi-dimensi Religiusitas dalam Islam

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat dilihat dimensi-dimensi religiusitas yakni tentang bagaimana agama dihayati dan dipraktikkan oleh penganutnya, yakni:⁴⁵

⁴³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahannya*, Surat Al-Baqarah (2): 177. h. 27.

⁴⁴M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Misbah Kesan dan Keserasian Al Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 390-391

⁴⁵Nashori Fuad, *Agenda Psikologi Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), h.75.

- 1) Dimensi Akidah atau Idiologis, dimensi ini menunjukkan pada tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran-ajaran agama yang fundamental atau bersifat dogmatik, misalnya: keyakinan tentang Allah, malaikat, nabi/rasul, kitab-kitab Allah, surga, neraka, dan sebagainya.
- 2) Dimensi Ibadah atau Ritualistik, dimensi ini menunjukkan pada tingkat kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana diperintah atau dianjurkan oleh agamanya, misal: shalat, zakat, dan puasa.
- 3) Dimensi Amal atau Konsekuensial, dimensi ini memperlihatkan berapa tingkatan seseorang dalam berperilaku dimotivasi oleh ajaran agamanya. Perilaku disini lebih menekankan dalam hal perilaku “duniawi”, yakni bagaimana individu berelasi dengan dunianya, misalnya: perilaku suka menolong, berderma, menegakkan kebenaran dan keadilan, berlaku jujur, memaafkan, dan sebagainya.
- 4) Dimensi Ilmu atau Intelektual, dimensi ini menunjukkan tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran pokok agamanya, sebagaimana termuat dalam kitab sucinya. Misalnya: pengetahuan agama dapat diperoleh dari membaca buku-buku agama, mendatangi majlis ta’lim atau pengajian, mendengarkan acara keagamaan di radio, melihat tayangan keagamaan di TV dan sebagainya.
- 5) Dimensi Ihsan atau Eksperiensial, dimensi ini memperlihatkan pada tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius, misalnya takut melanggar larangan, perasaan tentang kehadiran Allah, perasaan do’a dikabulkan, perasaan bersyukur kepada Allah dan sebagainya. Seorang muslim dengan tingkat religiusitas tinggi akan berusaha untuk menjalankan islam secara *kaffah* (menyeluruh). Misalnya: perilaku suka menolong, bersedekah, berlaku adil pada orang lain, jujur, tidak melakukan korupsi, tidak minum-minuman keras, tidak berjudi, tidak melakukan prostitusi/ seks bebas, dan sebagainya.

Menurut Muhammad Syafi’I Antonio, Islam *kaffah* haruslah mencakup seluruh aspek kehidupan, baik bersifat ritual (ibadah) maupun sosial kemasyarakatan (*muamallah*). Ibadah diperlukan untuk menjelaskan hakikat hidup manusia sebagai hamba Allah maupun khalifah di muka bumi. *Muamallah* merupakan *rules of game* bagi manusia dalam kehidupan sosial tanpa memandang muslim-non muslim, kaya-miskin, dan sebagainya. Aspek muamallah tersebut mencakup antara lain politik Islami, ekonomi Islami, budaya Islami, hukum Islami merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan agar bisa menjalani kehidupan islami secara kaffah atau dengan kata lain agar dapat ber-Islam secara *kaffah* maka perekonomian seseorang harus didasarkan pada syariah Islami.⁴⁶

Begitu juga dalam aktivitas dalam mengonsumsi seperti yang dikemukakan oleh Anton Bawono “tingkatan religiusitas tiap individu menyebabkan pemahaman akan keberadaan *masalah* atas barang atau jasa yang dikonsumsi kemungkinan besar juga berbeda.”⁴⁷ pada saat mengonsumsi barang atau jasa, seseorang yang sudah tertanam/paham nilai religiusitas didalam dirinya pasti lebih mempertimbangkan lagi apa yang harus dikonsumsi seberapa besar *masalah* atau *mudharat* yang akan diperoleh saat mengonsumsi suatu barang atau jasa, dengan mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi keinginan, dan kepuasan (*utility*). Dengan melihat apa yang telah ditetapkan oleh syariat islam, apa yang telah dianjurkan dan apa yang dilarang dalam mengonsumsi. dengan melihat etika konsumsi islam seperti: prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial, dan prinsip lingkungan. dikarenakan bentuk kepatuhannya kepada tuhan.⁴⁸

⁴⁶Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 2-6.

⁴⁷Anton Bawono, “Kontribusi Religiusitas Dalam Rasionalitas Konsumsi Rumah Tangga Muslim”, (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga), *Jurnal Ekonomi*, Vol. 8, No. 2, 2014, h. 297.

⁴⁸Siti Qudsiyah dkk, “Pengaruh Nilai Religiusitas Terhadap Etika Konsumsi Islami Mahasiswa Di Kawasan Pesantren Daarut Tauhid Kota Bandung”, (Universitas Islam Bandung), *Jurnal Ekonom*, Vol 2, No 1, 2016, h. 45.

Kepuasan (*utility*) hanya benar jika konsumsi dibatasi pada pemenuhan keinginan dan bukan pemenuhan kebutuhan. Bahwa keinginan manusia sangat berlebihan terhadap harta diakui dalam Al-qur'an bahkan sampai manusia ke pintu kubur. Namun terlalui mencintai harta atau tidak memiliki kepuasan terhadap harta adalah ciri orang yang mengedepankan hawa nafsunya. Dengan cara membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Keinginan cenderung tidak terbatas, namun kebutuhan berbeda dengan keinginan sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut.⁴⁹

Tabel 2.1 Perbedaan Keinginan dan Kebutuhan

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hawa nafsu	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran	Preferensi	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntutan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

seorang yang religiusitas dalam mengonsumsi pasti paham perbedaan antara kepuasan (*utility*), dengan masalah, dimana kepuasan (*utility*) adalah suatu ukuran kepuasan/kebahagian yang diperoleh seseorang dari sekelompok barang atau jasa, utilitas bukan tujuan konsumsi dalam ekonomi islam, karena akan mempengaruhi bahwa tujuan hidup bersifat duniawi semata. Sedangkan *masalah* adalah tujuan konsumsi untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Maka dari itu tujuan konsumsi seorang muslim yang religius bukanlah mencari *utility*, melainkan mencari *masalah* atau kemanfaatan yang menjadi tujuan dalam konsumsi yang islami.⁵⁰

Seseorang atau kelompok yang sudah tertanam nilai religiusitas yang tinggi didalam dirinya akan mempengaruhi perilaku konsumsinya, sesuai perilaku

⁴⁹M, Ridwan dkk, *Ekonomi Mikro Islam*, (Buku Diktat: Febi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017), h. 81.

⁵⁰*Ibid*, h. 82.

konsumsi muslim adalah suatu perilaku yang dilakukan oleh seorang muslim dimana dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekadar memenuhi kebutuhan individual (materi), tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual). Konsumen muslim ketika mereka mendapatkan penghasilan rutinnya, baik penghasilan mingguan, bulanan, ataupun tahunan, mereka tidak berpikir pendapatan yang sudah diraihnyanya itu harus dihabiskan hanya untuk dirinya sendiri, tetapi mereka sadar bahwa mereka hidup untuk mencari ridha Allah, sehingga sebagian pendapatannya dibelanjakan di jalan Allah. Begitu juga apabila pendapatan yang mereka peroleh meningkat mereka juga akan meningkatkan pengeluaran untuk membayar zakat, bersedekah, dll semata-mata hanya mengharap ridho dari Allah Swt.⁵¹

1. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup (*life Style*) berbeda dengan cara hidup (*way of life*), cara hidup ditampilkan dengan ciri-ciri, seperti norma, ritual, pola-pola tataan sosial, dan mungkin juga suatu komunitas dialek atau cara berbicara yang khas. Sementara itu, gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenalkan seseorang, apa yang ia konsumsi, dan bagaimana ia bersikap atau berperilaku ketika ada dihadapan orang lain.⁵²

Gaya hidup secara luas menurut Mowen dan Minor berdasarkan penjelasan Nugroho J. Setiadi didefinisikan “sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat).”⁵³ Dari

⁵¹Tin Waroatil Watimah, “Model Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Handphone Menurut Konsumsi Islam (Studi Kasus Universitas Airlangga)”, *Jurnal Jestt (Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan)*, Vol 3, No 1, 2015, h. 16.

⁵²Alfathri Adlin, *Menggeladah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), h.10.

⁵³Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 80.

penjelasan diatas gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa kemasa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Namun demikian, gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen.

Gaya hidup oleh berbagai ahli sering disebut merupakan ciri sebuah dunia modern atau modernitas. Artinya, siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakanya sendiri maupun orang lain.

Dimasyarakat, gaya hidup biasanya tumbuh bersamaan dengan globalisasi, perkembangan pasar bebas, dan transformasi kapitalisme konsumsi. Melalui dukungan iklan, budaya populer, media massa, dan transformasi nilai modern yang dilakukan, kapitalisme konsumsi akan memoles gaya hidup dan membentuk masyarakat konsumen. Gaya hidup dan perilaku konsumtif ibaratnya adalah dua sisi mata uang yang menjadi habitat subur bagi perkembangan kapitalisme. Dimasyarakat post-modern, tidak orang yang bergaya tanpa modal atau hanya mengandalkan simbol-simbol budaya. Seseorang dikatakan memiliki gaya hidup yang modern, ketika ia mengkonsumsi dan memamerkan simbol-simbol ekonomi yang berkelas dan melakukan berbagai aktivitas yang membutuhkan dana tidak sedikit.⁵⁴

Menurut Said, para Sarjana Muslim mengelompokkan manusia menjadi tiga kelompok yaitu:⁵⁵

- 1) Materialistis adalah mereka yang hidup hanya untuk dunia dan kesenangan, berperilaku materialis dan tidak mempercayai adanya akhirat dimana nantinya akan dimintai pertanggungjawaban.

⁵⁴David Chaney, *Life Style: Sebuah Pengantar Komprehensif*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), h.40.

⁵⁵Indra Rahmadi, "Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslim Terhadap Adopsi Smartphone Apple, (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga)", *Jurnal Jestt*, Vol. 2 No. 3 (2015), h. 198-199.

- 2) Spiritualis adalah mereka yang tidak memiliki pandangan yang jelas mengenai kepribadiannya. Paham ini lebih menekankan pada aspek moral, kerohanian dan mengesampingkan aspek kebendaan dalam kehidupan manusia, jadi semua aktifitas ekonomi bertumpu pada do'a.
- 3) Insan Sejati adalah mereka yang menerima kehidupan dunia sebagai tempat menanam benih bagi kehidupan di akhirat dan percaya kepada Allah SWT dan mengetahui makna kehidupan dunia dan akhirat.

b. Dimensi Gaya Hidup

Kotler dalam penjelasan Susanto menyebutkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya, hal ini pula yang menjadi dasar bagi peneliti untuk menjadikan aktivitas, minat dan opini sebagai dimensi yang diteliti dari gaya hidup remaja.⁵⁶

Ada dua pendekatan yang dapat digunakan untuk melihat gaya hidup seseorang yaitu:⁵⁷

Tabel 2.2 melihat gaya hidup seseorang

Aktivitas	Minat	Opini	Demografi
Pekerjaan	Keluarga	Diri Sendiri	Usia
Hobi	Rumah, Kendaraan, perhiasan	Isu Sosial	Pendidikan
Kegiatan Sosial	Pekerjaan	Politik	Pendapatan
Liburan	Komunitas	Bisnis	Pekerjaan
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi	Jumlah Keluarga
Keanggotaan/ Klub	Mode	Pendidikan	Menghuni

⁵⁶Neng Kokom Komariah, "Pengaruh Gaya Hidup Remaja Terhadap Meningkatnya Perilaku Melanggar Norma Masyarakat", *Jurnal Sosietas*, Vol. 5, No. 2 2015, 99.

⁵⁷Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Kosumen Teori Dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 155.

Komunitas	Makanan	Produk	Geografi
Belanja	Media	Masa Depan	Ukuran Kota
Olah Raga	Prestasi	Kebudayaan	Tahapan Paga Daur Hidup

1) Pendekatan AIO

Para peneliti pasar yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel AIO yaitu *Activity, Interest and Opinion*. Joseph Plumer menyatakan “Bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam 4 hal: cara mereka menghabiskan waktunya, minat mereka terhadap hal-hal yang dianggap penting disekitarnya, pandangan yang baik terhadap diri sendiri maupun orang lain dan karakter dasar misalnya tahap yang pernah mereka lalui di dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan, serta tempat mereka tinggal”.

Komponen segmentasi gaya hidup dalam bentuk AIO dapat dilihat pada tabel berikut:⁵⁸

2) Pendekatan Vals (*Value and Lifestyles*)

VALS merupakan sebuah metode segmentasi pasar yang bersifat psikografis, diciptakan pada tahun 1970 untuk menerangkan dan memprediksi nilai gaya hidup serta konsumsi masyarakat Amerika Serikat yang dikembangkan dengan menggunakan gabungan beberapa teori yang kemudian disebut dengan riset VALS. Teori-teori tersebut adalah:

(a) Teori Hirarki kebutuhan manusia

Dalam teori ini, terdapat lima tingkat kebutuhan yang dilalui oleh manusia, yang pertama yaitu kebutuhan fisik dasar, kedua rasa aman, ketiga rasa memiliki, dan ke empat aktualisasi diri.

(b) Teori tentang dorongan-dorongan kepribadian.

⁵⁸*Ibid*, h. 157-158.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Amstrong berdasarkan penjelasan Surya Pratama Anwar “faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga dan kebudayaan.” Adapun penjelasan untuk masing-masing faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah sebagai berikut:⁵⁹

- 1) Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung terhadap perilaku keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan maupun lingkungan sosialnya.
- 2) Pengalaman dan pengamatan dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
- 3) Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
- 4) konsep diri Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.
- 5) Motif, Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang

⁵⁹Surya Pratama Anwar, ”Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup”, https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup-.html?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C1747271820, diakses tanggal 20 april 2018, jam 15.38.

motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonisme.

- 6) Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenal dunia.

Menurut Godam “bahwa seseorang yang menyukai gaya hidup mewah maka tingkat konsumsinya tinggi dan sebaliknya. Sehingga kelompok masyarakat dengan gaya hidup yang berada pada kategori rendah dimungkinkan kurang menyukai gaya hidup mewah, maka dari itu tingkat konsumsinya juga rendah.”⁶⁰

d. Gaya Hidup dalam Pandangan Islam

Dalam pandangan Islam gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu gaya hidup Islami dan gaya hidup jahili. Gaya hidup Islami mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu Tauhid, inilah gaya hidup orang yang beriman. Adapun gaya hidup jahili, landasannya bersifat relatif dan rapuh, yaitu syirik, inilah gaya hidup orang kafir. Setiap Muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup dan kehidupannya. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT berikut ini dalam QS. Al-An'am/6: 32

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا

تَعْقِلُونَ ﴿١٦﴾

⁶⁰Silvy L. Mandey, “Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”, *Journal Ekonomi ISSN (Internasional Standart Serial Number)*, Vol. 6 No. 1, 2009, h.92.

“Dan kehidupan dunia ini hanyalah permainan dan senda gurau. Sedangkan negeri akhirat itu, sungguh lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Tidakkah kamu mengerti?”⁶¹

Ayat ini menjelaskan bahwa kehidupan secara umum tidak lain kecuali kenikmatan yang menipu lagi palsu, adalah lebih baik bagi orang-orang yang takut kepada Allah, sehingga mereka menjaga diri dari adzab Allah dengan menaati-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Kaum musyrikin yang terkecoh oleh kehidupan dunia, tidak berfikir sehingga mendahulukan yang kekal di atas yang fana.⁶²

Kesenangan-kesenangan duniawi itu hanya sebentar dan tidak kekal. Janganlah orang terpedaya dengan kesenangan-kesenangan dunia, serta lalai dari memperhatikan urusan akhirat. Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwa setiap muslim tidak semestinya terkecoh oleh kesenangan-kesenangan dunia yang hanya sementara mengikuti kaum musyrikin. Setiap hari dunia menunjukkan permainan dan senda gurau untuk memberikan kesenangan yang hanya sementara kepada manusia sehingga lupa akan kehidupan yang kekal (akhirat). Seorang dalam melakukan kegiatan termasuk konsumsi islam harus sesuai dengan syariat islam, dan tuntutan Rasulullah saw. Tidak memikirkan kesenangan semata. Namun, dalam kenyataan justru membuat kita sangat prihatin sebab justru gaya hidup jahili (yang diharamkan) itulah yang melingkupi sebagian besar umat islam saat ini.⁶³

Berdasarkan berbagai kelompok Muslim yang ada didunia ini maka beragam pula gaya hidup dari masing-masing kelompok tersebut. Seharusnya sebagai seorang Muslim tidak hanya mementingkan akhirat ataupun dunia saja, namun antara dunia dan akhirat seimbang keberadaanya.⁶⁴

⁶¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Syamil Cipta Media, 2005), h. 132.

⁶²M. Quraish Sihab, *Tafsir Al-Misbah*, Vol. 5, h. 45.

⁶³Himah Basyir, *Tafsir Al-Muyassar*, (Solo: An-Naba, 2011), h. 522.

⁶⁴Indra Rahmadi, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslim Terhadap Adopsi Smartphone Apple (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga),” *Jurnal Jestt*, Vol. 2 No. 3 (2015), h. 199.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai refrensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa skripsi yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Yang pertama, penelitian yang dilakukan oleh saudari Raudhah pada tahun 2008 dengan judul “Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Prilaku Konsumsi Sepeda Motor Pasca Tsunami Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Dengan menggunakan metode kuantitatif meliputi: Uji Validitas, Realibilitas, Uji Normalitas, Serta menggunakan analisis regresi sederhana yaitu variabel X (Pendapatan) dan Y Perilaku Konsumsi, dan berdasarkan dari hasil penelitian ini, Pendapatan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi sepeda motor pasca tsunami (Y).⁶⁵

Yang ke dua, penelitian yang dilakukan oleh saudara Lukman Santoso pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Toko Artomoro Di Ponorogo”. Dengan menggunakan metode Kuantitatif, meliputi: Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Hipotesis, dan berdasarkan dari hasil penelitian diatas,

⁶⁵Raudhah, “Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Perilaku Konsumsi Sepeda Motor Pasca Tsunami Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Studi kasus di Desa Lambaro Skep Aceh”, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), *Jurnal Ekonom*, Vol 8, No 3, 2008. h. 128.

adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel Religiusitas (X) terhadap Gaya hidup konsumen muslim toko Artomoro di Ponorogo (Y).⁶⁶

Dan penelitian selanjutnya yang ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh saudari Hasnira pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar”. Dengan menggunakan metode kuantitatif meliputi: Uji Asumsi Klasik yaitu: Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Multikolinearitas, Uji Hipotesis yaitu: Uji Signifikan Simultan (Uji F), Uji Signifikansi parameter individu (Uji T), Serta menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan dari hasil penelitian diatas bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Pendapatan (X1), Gaya Hidup (X2) terhadap tingkat konsumsi masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar (Y).⁶⁷

Yang keempat penelitian yang dilakukan oleh saudari Tri Puji Astuti pada tahun 2018, dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa” dengan menggunakan metode kuantitatif meliputi: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yaitu: Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis yaitu: Uji F dan Uji T, Serta menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil penelitian diatas variabel (X1) Pendapatan, Gaya Hidup (X2), dan Tingkat Harga berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Konsumsi non makanan (Y). Sedangkan variabel yang paling berpengaruh terhadap konsumsi non makanan (Y) adalah Pendapatan.⁶⁸

⁶⁶Lukman Santoso, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Toko Artomoro Di Ponorogo”, (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo), *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol, 3, No 1, 2018, h. 158.

⁶⁷Hasnirah, “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar”, (Universitas Alauddin Makassar), *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol 1, No 2, 2017, h. 121.

⁶⁸Tri Puji Astuti, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa, Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 3, No 5, 2018, h. 132.

Yang ke lima penelitian yang dilakukan oleh saudari Siti Qudsiyah, Dkk pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Nilai Religiusitas Terhadap Etika Konsumsi Islam Mahasiswa Di Kawasan Pesantren Daarut Tauhid Kota Bandung”. Berdasarkan hasil penelitian Religiusitas (X) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap etika konsumsi islam (Y) di kawasan pesantren daarut tauhid kota bandung.⁶⁹

Dengan beberapa penelitian terdahulu di atas, maka dapat dilihat perbedaan dan persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu. Adapun persamaan yaitu sama-sama tentang pengaruh pendapatan terhadap konsumsi masyarakat dengan menggunakan metode kuantitatif.

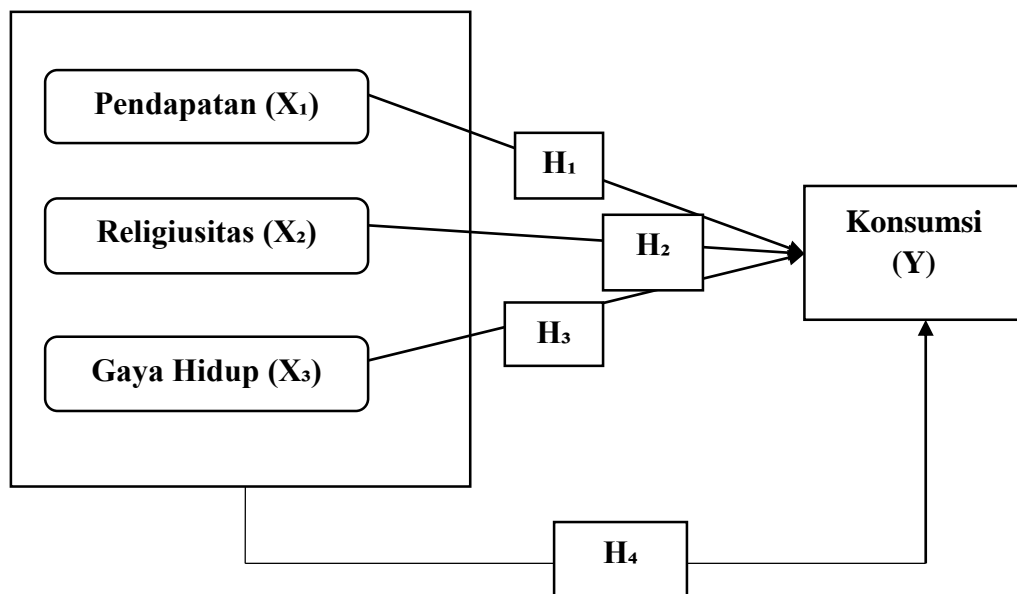
Sedangkan yang membedakan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah objek penelitiannya, untuk penelitian pertama objek penelitiannya adalah pengguna sepeda motor pasca tsunami dengan metode kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas. dimana variabel bebasnya yaitu hanya pendapatan, dan berdasarkan dari hasil penelitian ini, Pendapatan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi sepeda motor pasca tsunami (Y). Untuk penelitian yang ke dua objek penelitiannya pada Konsumen Muslim Toko Artomoro Di Ponorogo metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dimana variabel bebasnya yaitu hanya religiusitas, adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel Religiusitas (X) terhadap Gaya hidup konsumen muslim toko Artomoro di Ponorogo (Y). Untuk penelitian yang ke tiga objek penelitiannya adalah Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar, metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Berdasarkan dari hasil penelitian diatas bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Pendapatan (X1), Gaya Hidup (X2) terhadap tingkat konsumsi masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar (Y). Untuk penelitian yang ke empat objek penelitiannya

⁶⁹Siti Qudsiyah, Dkk, “Pengaruh Nilai Religiusitas Terhadap Etika Konsumsi Islami Mahasiswa di Kawasan Pesantren Daarut Tauhid Kota Bandung”, (Universitas Islam Bandung), *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 2, NO. 1, 2016, h. 89.

mahasiswa, dengan menggunakan metode kuantitatif, untuk penelitian yang kelima objek penelitiannya adalah Mahasiswa Di Kawasan Pesantren Daarut Tauhid Kota Bandung. metode yang digunakan menggunakan uji regresi, hasil dari penelitian ini Tingkat Harga berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Konsumsi non makanan (Y). Sedangkan variabel yang paling berpengaruh terhadap konsumsi non makanan (Y) adalah Pendapatan. Untuk penelitian yang kelima objek penelitiannya adalah Mahasiswa Di Kawasan Pesantren Daarut Tauhid Kota Bandung, metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian Religiusitas (X) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap etika konsumsi islam (Y) di kawasan pesantren daarut tauhid kota bandung. Sedangkan untuk penelitian yang sekarang objek penelitiannya adalah masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan, serta metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan uji analisis liner berganda dimana variabel bebas (pendapatan, religiusitas dan gaya hidup) dan variabel terikat konsumsi masyarakat muslim guna untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dan yang paling berpengaruh dalam konsumsi masyarakat muslim tersebut.

C. Kerangka Teoritis

Berikut adalah kerangka teoritis yang penulis gambarkan, untuk mempermudah dalam memahami arahan tujuan penelitian ini. Dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1

Model kerangka Berfikir

Gambar model kerangka berfikir diatas menjelaskan mengenai variabel bebas (independen) yaitu pendapatan (X1), religiusitas (X2), dan gaya hidup (X3) dengan variabel terikat (dependen) yaitu konsumsi (Y). Dengan dugaan atau hipotesis H1, H2, H3, H4, apakah seluruh variabel X diatas dapat mempengaruhi variabel Y sendiri-sendiri (parsial), atau seluruh variabel X dapat mempengaruhi variabel Y secara bersama-sama (simultan).

D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata hipo berarti kurang atau lemah dan tesis atau thesis yang berarti teori yang disajikan sebagai bukti. Jadi hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan perlu dibuktikan kenyataannya. Jika suatu hipotesis telah terbukti kebenarannya ia akan berubah namanya disebut tesis. Hipotesis dapat diterima tetapi dapat ditolak, diterima apabila bahan-bahan

penelitian membenarkan kenyataan dan ditolak apabila menyangkal (menolak kenyataan).⁷⁰

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis hipotesis Asosiatif. Karena penelitian ini menjelaskan hubungan antar variabel. Hipotesis ini dalam sebuah penelitian selalu dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menjelaskan hubungan dua variabel atau lebih, baik secara eksplisit maupun implisit.

Ada beberapa karakteristik hipotesis Asosiatif, yaitu:⁷¹

1. Mempunyai dua variabel yang dihubungkan
2. Menunjukkan hubungan sebab akibat atau pengaruh memengaruhi diantara dua variabel atau lebih.
3. Menunjukkan perkiraan atau prediksi mengenai hasil yang diharapkan
4. Menghubungkan secara logis antara masalah penelitian dengan teori
5. Dapat diuji kembali dalam fakta-fakta empiris dan menunjukkan kebenaran atau kesalahan.

Dari uraian kerangka berfikir diatas maka penulis dapat mengambil hipotesis sebagai berikut:

⁷⁰Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 28.

⁷¹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 70.

$H0_1$ = Pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim

Ha_1 = Pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim

$H0_2$ = Religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim

Ha_2 = Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim

$H0_3$ = Gaya Hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim

Ha_3 = Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim

$H0_4$ = Pendapatan, Religiusitas dan Gaya hidup berpengaruh terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim tidak secara simultan

Ha_4 = Pendapatan, Religiusitas dan Gaya hidup berpengaruh terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim secara simultan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif itu digunakan untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendiskripsikan statistik, untuk menunjukkan hubungan variabel yang ada di dalamnya. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen (Pendapatan, Religiusitas dan Gaya Hidup) terhadap dependen (konsumsi masyarakat muslim).¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

C. Defenisi Operasional

Yang dimaksud definisi operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji serta dapat ditentukan kebenarannya oleh orang lain.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terlebih dahulu. Kebenaran variabel ini dalam penelitian

¹Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 20.

kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya dengan simbol X.²

Variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel Y. Dalam variabel bebas yang disimbolkan dengan huruf X, peneliti menggunakan variabel pendapatan, Religiusitas dan Gaya Hidup, serta variabel terikat yang disimbolkan dengan huruf Y peneliti menggunakan variabel konsumsi.

Tabel 3.1
Daftar Variabel, Devinsi Oprasional, Sub Indikator, Sumber dan Item
Pertanyaan Penelitian

No	Variabel	Devinisi Operasional	Indikator	Item Pertanyaan
1	Pendapatan (XI)	Total Penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. ³	a. Pendapatan Pokok: gaji, upah harian. b. Pendapatan tambahan: kompensasi, insentif, tunjangan, bonus, dan keuntungan usaha. c. Pendapatan lain-lain: bantuan/pemberian	5 (1-5)

²Ade Djohar Maturidi, *Metodologi Penelitian Teknik Informatika*, (Yogyakarta: Depublish, 2014), h. 13.

³Akram Rihda, *Pintar Mengelola Keuangan Keluarga Sakinah*, cetakan ke-1 (Solo: Tayiba Media, 2014), h. 118-119.

			seseorang, lembaga/pemerintah.	
2	Religiusitas (X2)	Religiusitas adalah suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama. ⁴	<p>a. Dimensi Keyakinan: meyakini Allah SWT, malaikat, nabi/rasul, surga dan neraka, hari kiamat serta qadha dan qadhar.</p> <p>b. Dimensi Praktik: shalat, membayar zakat, berpuasa, membaca Al-quran dan bersedekah.</p> <p>c. Dimensi Pengalaman: perilaku jujur, suka tolong menolong, menegakkan kebenaran dan keadilan, suka memaafkan lainnya.</p> <p>d. Dimensi Pengetahuan Agama: membaca buku-buku agama, mendatangi pengajian, mendengarkan acara keagamaan di radio, melihat tayangan</p>	5 (5-10)

⁴Nashori Fuad, *Agenda Psikologi Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), h.75.

			<p>keagamaan di TV dan sebagainya.</p> <p>e. Dimensi Konsekuensi: tidak mau membeli barang yang haram, tidak melakukan korupsi, jujur, adil, suka menolong, tidak melakukan seks bebas dan sebagainya.</p>	
3	Gaya Hidup (X3)	Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. ⁵	<p>a. Aktivitas: pekerjaan, hobi, liburan, belanja.</p> <p>b. Minat: rumah, kendaraan, perhiasan, makanan.</p> <p>c. Opini: isu politik, Bisnis, Ekonomi, pendidikan, produk.</p> <p>d. Demografi: usia, pendapatan, pekerjaan, jumlah keluarga.</p>	5 (11-15)
4	Konsumsi (Y)	Penggunaan barang-barang dan jasa-jasa yang secara langsung akan memenuhi	<p>a. Kebutuhan Primer: makanan/minuman</p> <p>b. Kebutuhan Sekunder: pakaian,</p>	

⁵Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Kosumen Teori Dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 155.

		kebutuhan manusia. ⁶	rumah, peralatan, perlengkapan. c. Kebutuhan Tersier: Makanan bergizi, rumah mewah, mobil mewah, perhiasan, rekreasi, perabotan mewah.	5 (15-20)
--	--	---------------------------------	---	--------------

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini adalah responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Data dalam penelitian digolongkan menjadi data primer dan data sekunder yang diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari hasil penelitian dengan menggunakan kuisioner, serta tanggapan tertulis responden terhadap konsumsi masyarakat muslim Kec. Kotapinang Kab. Labuhanbatu Selatan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang diperoleh dari buku-buku atau literature yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut mudrajad dalam bukunya data sekunder dapat diartikan secara singkat yaitu data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Peneliti

⁶Asafri Jaya Bakri, *Konsep Maqasid syariah Menurut As-Syatibi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1996), h. 35.

dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder.⁷ Dalam penelitian ini data sekunder hanya sebagai data pendukung.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim Kec. Kotapinang Kab. Labuhanbatu Selatan yang berjumlah 62.400 jiwa.⁸

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena digunakan untuk mewakili populasi yang diteliti, sampel cenderung digunakan untuk riset yang berusaha menyimpulkan generalisasi dari hasil temuannya. Riset-riset kuantitatif seperti misalnya survei, cenderung melibatkan jumlah responden yang banyak supaya hasil risetnya dapat dipandang mewakili seluruh populasi.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik simple random sampling. Teknik random sampling atau dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁹ Dalam menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dalam buku V. Wiratna Sujarweni, sebagai berikut:¹⁰

⁷Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: bagaimana meneliti & Menulis Tesis*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 148.

⁸Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta Tangkilisan Hessel Nogi S, 2005), h. 119.

⁹*Ibid.*, h. 120.

¹⁰V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Lengkap Praktis dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), h. 66.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi yaitu 62.400 Masyarakat

e : Presentase kelonggaran ketidak terikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan, sebanyak 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan data yang diperoleh dari database tahun 2017/2018 adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{62.400}{1 + (62.400 \times 0,1^2)} = \frac{62.400}{1 + (62.400 \times 0,01)} \\ &= \frac{62.400}{1 + (62.400 \times 0,01)} = \frac{62.400}{1 + 625} \\ &= \frac{62.400}{625} = 99,84 \approx 100 \end{aligned}$$

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini ialah 100 yang dijadikan responden. Dengan asumsi bahwa dari 100 sampel terdapat 100 responden yang mempunyai pendapatan.

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket/kuesioner dengan memberi lembaran yang berisi daftar pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis. Kuesioner ini dilakukan untuk memperoleh data berupa jawaban para responden.

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹¹ Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditetapkan

¹¹Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Jakarta: Gravindo: 2014), h. 132.

oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator

Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif. Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

- a) Sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b) Setuju (S) diberi skor 4
- c) Ragu-ragu (R) diberi skor 3
- d) Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

G. Metode Pengolahan Data dan Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Dimana pengertian penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur. Dan tujuan dari jenis penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan current status subjek yang diteliti. Untuk menguji hipotesis yang ada maka penulis menggunakan 4 alat uji yaitu validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda.¹²

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Uji validitas menggunakan rumus *Product Moment* dengan uraian sebagai berikut:

¹²Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, cet 10, 1996), h. 234.

$$R = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2) \times (N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

- R : Koefisien validitas item yang dicari
 X : Skor responden untuk setiap item
 Y : Total skor tiap responden dari seluruh item
 N : Jumlah sample
 $\sum X$: Jumlah skor X
 $\sum Y$: Jumlah skor Y
 $\sum X^2$: Jumlah kuadrat masing-masing skor X
 $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat masing-masing skor Y

Caranya dengan mengkolerasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Jika korelasi faktor positif dan besarnya 0,3 keatas dapat dianggap sebagai kontruksi kuat atau instrumen memiliki validitas baik.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas berarti keandalan atau konsistensi. Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran atribut yang sama diulang akan memberikn hasil kondisi yang identik atau sangat mirip.¹³

Secara eksternal, pengujian dapat dilakukan dengan cara berikut:¹⁴

- 1) *Test-retest*. Pengujian *test-retest* dilakukan dengan cara mencobakan instrumen yang sama beberapa kali pada responden yang sama, namun dilakukan dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel.
- 2) *Equivalent*. Pengujian dengan cara ini cukup dilakukan sekali, namun menggunakan dua instrumen yang berbeda, pada responden yang sama, dan

¹³Nur Ahmadi Bi Rahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UINSU, 2016), h. 69-70.

¹⁴*Ibid*, h. 72-73.

waktu yang sama. Reliabilitas dihitung dengan cara mengkorelasikan antara data instrumen yang satu dengan data instrumen yang dijadikan *equivalent*.

- 3) *Tabulasi Data*. Sebelum pengolahan data, data yang bersumber dari kuesioner responden merupakan data yang masih berskala ordinal dan harus ditransformasikan menjadi data yang berskala interval.¹⁵ Untuk mempermudah pengolahan data, maka digunakan program *SPSS 24*.

Menurut Mudrajad Kuncoro “Bahwa dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:¹⁶

- a) Jika nilai Cronbach’s Alpha > r tabel maka kuesioner dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai Cronbach’s Alpha < r tabel maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

- a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi penting karena merupakan salah satu syarat pengujian *parametric-test*. Dalam uji normalitas, untuk menentukan normal tidaknya suatu data adalah dengan melihat nilai Sig. Dibagian kolmogorov-Swimov, apabila angka Sig. Menunjukkan > 0,05 maka data menunjukkan distribusi normal. Sebaliknya, jika angka Sig. Menunjukkan < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

- b) Uji Multikolinearitas

Menurut Sarjono & Julianita, “Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikolerasi (gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan

¹⁵Ridwan, *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h.54.

¹⁶Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi; Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), h. 239.

diantara variabel bebas. Uji multikorelasi perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu.

Menurut Wijaya, ada beberapa cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas, sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan memengaruhi variabel terikat.
 - 2) Menganalisis korelasi diantara variabel bebas. Jika diantara variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (lebih besar daripada 0,90), hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
 - 3) Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai VIF (*variance-inflating factor*) jika $VIF < 10$ tingkat kolinearitas dapat dikorelasi.
 - 4) Nilai *eigenvalue* dari satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolinearitas.
- c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wijaya, “ Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual suatu pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedstisitas dalam model, atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat *scatterplot* serta melalui/menggunakan uji gletjer, uji park, dan uji white. Uji heterosedastisitas yang paling sering dignakan adalah *scatterplot* untuk mengetahui hetero tidaknya data diperoleh.¹⁷

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Analisis Regresi Linier berganda yaitu analisis tentang hubungan antara satu dependen variabel dengan dua atau lebih independen variabel. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variable independen

¹⁷Putu Hendry Ryan Hartanto, “Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswi Dalam Menggunakan Jasa Salon Di Kota Yogyakarta”, (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta), *Junal Ekonomi Bisnis*, Vol 5, No 3, 2016. h. 87.

berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variable dependen mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:¹⁸

Rumus:

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Konsumsi
- X₁ = Pendapatan
- X₂ = Religiusitas
- X₃ = Gaya Hidup
- B₁ = Koefisien Pendapatan
- B₂ = Koefisien Religiusitas
- B₃ = Koefisien Gaya Hidup
- a = Konstanta
- e = Standart Error

Regresi linear berganda berguna untuk menunjukkan besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.

Dalam melakukan analisis data menggunakan perhitungan statistik dapat disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji berada dalam daerah kritis (daerah dimana H₀ ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H₀ diterima. Analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS 24, berikut langkah-langkah dalam pengujian hipotesis:

a) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi umumnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.

b) Mencari Koefisien Determinasi (R²)

¹⁸Tanislaus S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 171.

Untuk melihat seberapa besar variabel-variabel bebas mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat maka perlu dicari nilai koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 adalah nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Jika nilai R^2 adalah nol, menunjukkan bahwa variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

c) Uji signifikan Parsial (uji statistik T)

Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).

1) Cara ke 1

(a) Jika $sig < 0,05$ maka H_0 diterima atau terikat secara parsial.

(b) Jika $sig > 0,05$ maka H_0 ditolak atau tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

2) Cara ke 2

(a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

(b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

d) Uji signifikan Simultan (Uji statistik F)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Penggunaan tingkat signifikasinya 0.05 (5%). Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan. Namun, jika

nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.¹⁹

Kriteria:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

H. Interpretasi

Hasil analisis data pada dasarnya masih bersifat faktual sehingga masih perlu diberi interpretasi pada penelitian ini. interpretasi dilakukan sesuai dengan hasil pengolahan data tersebut dalam bentuk pernyataan verbal sesuai permasalahan penelitian.

¹⁹*Ibid.*, h. 150-151.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Kotapinang

1. Sejarah Kecamatan Kotapinang

Kotapinang diperkirakan sudah berdiri sejak 250 tahun yang lalu, asal nama Kotapinang sendiri diambil dari kata Huta Pinangon, yang artinya pinang yang mengawan atau pinang yang menjulang sampai ke awan. Tetapi yang membuat nama Kota Pinang melekat sampai sekarang disebabkan dahulu di sepanjang sungai barumun dulunya berpagar pohon pinang. Dahulu kotapinang adalah sebuah kesultanan yang didirikan oleh Batara Gurga Pinayungan Tuanku Raja Nan Sakti, putra Sultan Alamsyah Syaifuddin yang berasal dari kerajaan Pagaruyung.¹

Sultan Batara Sinomba kemudian menikah dengan seorang puteri setempat. Ia memperoleh dua orang putra dan seorang putri yang bernama Siti Ungu Selendang Bulan. Kemudian ia menikah lagi dengan seorang putri setempat lainnya dan memperoleh seorang putra. Batara Sinomba pun terbunuh berkat bantuan tentara Kerajaan Aceh, maka Sultan Mangkuto Alam putra dari istri yang pertama, naik tahta menjadi sultan Kota Pinang. Sebagai balas jasa, Siti Ungu dinikahkan kepada raja Aceh, Sultan Iskandar Muda. Kelak keturunan Mangkuto Alam dan Siti Ungu inilah kemudian yang menjadi raja-raja di Kesultanan Asahan, Pannai, dan Bilah. Setelah Jepang meninggalkan Indonesia pada tahun 1945, para sultan di Sumatera Timur menghendaki kedudukannya sebagai raja kembali dipulihkan.² Namun setahun kemudian, pergerakan anti-kaum bangsawan dalam sebuah Revolusi Sosial Sumatera Timur, tak menginginkan adanya pemulihan sistem feodalisme tersebut. Akibatnya kesultanan-kesultanan yang ada di Sumatera Timur,

¹BPS, *Kotapinang Subdistrict in Figures 2018*, h. 25.

²*Ibid*, h. 27-30

seperti Deli, Langkat, Serdang, Bilah, Panai, Kualuh, dan Kota Pinang, dipaksa untuk berakhir dan bergabung dengan Republik Indonesia

2. Kondisi Geografi dan Luas Wilayah

Kecamatan Kotapinang menempati area seluas 482,40 Km² yang terdiri dari 9 desa dan 1 kelurahan. Wilayah Kecamatan Kotapinang di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kampung Rakyat, di sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Torgamba, di sebelah selatan dengan Kecamatan Sungai Kanan dan Torgamba dan di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Silangkitang.³

Tabel. 4.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Pinang 2018

Desa/Kelurahan	Luas (km ²)	Rasio Terhadap Total (%)
Simatahari	46,70	9,68
Pasir Tuntung	55,30	11,46
Mampang	35,80	7,42
Hadundung	32,20	6,67
Perk. Normark	30,70	6,36
Sosopan	30,50	6,32
Perk. Nagodang	30,80	6,38
Kota Pinang	40,80	8,47
Perk. Sei Rumbia	46,30	9,60
Sisumut	133,30	27,64
Jumlah	482,40	100,00

Sumber: BPS Kabupaten Labuhanbatu Selatan, 2018

³Badan Pusat Statistik Kecamatan Kotapinang Dalam Angka, *Kotapinag Subdistrict in figure* 2018, h. 305-307.

3. Pemerintahan

Kecamatan Kotapinang terdiri dari 9 desa dan 1 kelurahan, dimana yang terjauh dari Ibukota Kecamatan Kotapinang adalah Desa Pasir Tuntung dengan jarak 19,00 Km. Di Kecamatan Kotapinang terdapat 69 dusun dan 13 lingkungan, dimana dusun terbanyak terdapat di Desa Sisumut yaitu sebanyak 19 dusun, sementara desa yang memiliki dusun paling sedikit adalah Desa Mampang 3 dusun. Saat ini kecamatan Kotapinang dipimpin oleh kepala camat yaitu bapak Sutan Nataris Harahap, S,STP, dan kepala desa yaitu bapak Zustan Martua Siregar.

**Tabel 4.2 Daftar Nama-Nama Camat Yang Pernah Menjabat
Di Kecamatan Kotapinang**

No	Nama Camat	Pendidikan	Periode Jabatan
1	Untung Zenny Margono, BA	Sarjana Muda	1963-1968
2	Amir Abdullah , BA	Sarjana Muda	1968-1973
3	Ali Murthi Harahap, BA	Sarjana Muda	1973-1978
4	David Dachi, BA	Sarjana Muda	1978-1983
5	Nurdin Latif Lubis, BA	Sarjana Muda	1983-1988
6	Drs. M Syafii	S1	1988-1992
7	Drs. Erwin Effendy	S1	1992-1995
8	Jafri S.Sos	S1	1995-1998
9	Drs. Jalaluddin Pane	S1	1998-2001
10	Syafruddin, BA	Sarjana Muda	2001-2004
11	Endar Sakti Hasibuan,S.Ag ,MM	S2	2004-2010
12	SMB Harahap, SE, MAP	S2	2010-2011
13	13 Adlan Igani, S.Sos	S1	2011-2011
14	Ali Imran SH. M.Si	S2	2011-2013
15	Hasian Harahap	S1	2013-2015
16	Hasyim SE	S1	2015-2017
17	Sutan Nataris Harahap, S,STP	S1	2017-Sekarang

Sumber: BPS Kecamatan Kotapinang, 2018

4. Kependudukan

Penduduk Kecamatan Kotapinang tahun 2017 sebanyak 62.400 jiwa yang terdiri dari 31.726 jiwa laki-laki dan 30.674 jiwa perempuan, dan ada 14.889 rumah tangga. Jumlah penduduk terbanyak terdapat di Kelurahan Kotapinang yaitu sebanyak 24.141 jiwa, sedangkan yang paling sedikit berada di Desa Perkebunan Normark yaitu sebanyak 1.198 jiwa. Sebagian besar penduduk kecamatan Kotapinang beragama islam yaitu sebanyak 91,70%, sedangkan yang beragama kristen Protestan sebanyak 5,64% dan Budha sebanyak 0,30%.

Tabel 4.3 Jumlah Dan Kepadatan Penduduk Menurut Desa/Kelurahan

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk
1	Simatahari	3.949	84
2	Pasir Tuntung	5.436	98
3	Mampang	3.094	86
4	Hadundung	1.531	47
5	Perk. Normark	1.198	39
6	Sosopan	2.650	86
7	Perk. Nagodang	1.799	58
8	Kotapinang	24.141	591
9	Perk. Sei Rumbia	2.904	62
10	Sisumut	15.698	117
	Jumlah	62.400	129

Sumber: BPS Kecamatan Kotapinang, 2018

5. Ketenagakerjaan

Persentase tenaga kerja di Kecamatan Kotapinang tahun 2017 adalah sebagai berikut sebesar 94,97%, dimana yang bekerja di bidang pertanian sebanyak 83,56%, industri 1,33%, PNS/TNI/Polri 4,72% orang dan lainnya 12,30%.

Sebagian besar PNS di Kecamatan Kotapinang merupakan Guru SD yaitu sebanyak 496 orang.⁴

Tabel 4.4 Daftar Tenaga Kerja Menurut Lapangan Pekerjaan dan Desa/Kelurahan

No	Desa/Kelurahan	Pertanian	Industri	PNS?TNI?Polri	Lainya	Jumlah
1	Simatahari	78.00	-	0.75	22.25	100.00
2	Pasir Tuntung	80.00	-	0.75	19.25	100.00
3	Mampang	81.55	3.20	4.80	10.45	100.00
4	Hadundung	81.00	-	1.50	17.50	100.00
5	Perk. Normark	97.00	-	1.00	2.00	100.00
6	Sosopan	84.00	-	5.50	10.50	100.00
7	Perk. Nagodang	97.00	2.00	0.50	0.50	100.00
8	Kotapinang	64.74	0.70	4.30	30.30	100.00
9	Perk. Sei Rumbia	96.00	3.00	0.20	0.80	100.00
10	Sisumut	81.00	3.30	1.00	14.70	100.00
	Jumlah	83.56	1.33	4.72	12.30	100.00

Sumber: BPS Kecamatan Kotapinang, 2018

6. Potensi Daerah

Daerah Kecamatan Kotapinang memiliki lahan pertanian dan perkebunan yang sangat potensial untuk dikembangkan, Seperti, tanaman palawija, sayur-sayuran dan juga sawit dan karet.

Tabel 4.5 Jenis Tanaman/Perkebunan Kecamatan Kotapinang

No	Jenis Tanaman/Perkebunan	Luas Tanaman	Produksi/Tahun
1	Kelapa Sawit	10.379	153.773 ton
2	Karet	2.378	2.378 ton
3	Sayur-sayuran	46	209 ton

⁴*Ibid*, h. 310-312.

4	Palawija	80	246 ton
---	----------	----	---------

Sumber: BPS Kecamatan Kotapinang, 2018

B. Profil Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang yang berpartisipasi dalam penelitian ini, dalam hal ini sebagian rumah tangga dan masyarakat yang belum menikah yang diambil sebagai objek/sampel adalah dari seluruh golongan masyarakat muslim yang memiliki berbagai macam bidang pekerjaan seperti, petani, industri, PNS/TNI/Polri, pegawai swasta, wiraswasta dan lain-lain. Jadi tidak terfokus kepada satu jenis pekerjaan/mata pencaharian saja. Gambaran umum sampel dilihat dalam uraian berikut:

1. Umur Responden

Umur responden yang menjadi sampel dalam penelitian berkisar 20 sampai lebih dari 50 tahun. Distribusi sampel menurut kelompok umur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Kelompok Umur

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Presentase (%)
1	20-29	41	41%
2	30-39	47	47%
3	40-49	10	10%
4	>50	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh data bahwa dari 100 responden, yang paling banyak adalah yang berumur 30-39 tahun yakni sebanyak 47 orang (47%), sedangkan sampel yang paling sedikit adalah pada >50 tahun yaitu 2 orang (2%).

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan. Distribusi sampel menurut jenis kelamin adalah:

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	56	56%
2	Perempuan	44	44%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.7 diatas terlihat bahwa jenis kelamin responden yang terbanyak adalah laki-laki sebanyak 56 orang (56%), sedangkan untuk perempuan hanya 44 orang (44%).

3. Pendidikan

Tingkat pendidikan format sampel responden antara lulus SD hingga lulus perguruan tinggi. Distribusi sampel menurut tingkat pendidikan adalah:

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	16	16%
2	SMP	15	15%
3	SMA	49	49%
4	Diploma	0	0%
5	Perguruan Tinggi	20	20%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.8 diatas terlihat bahwa tingkat pendidikan sampel yang terbanyak adalah SMA sebanyak 49 orang (49%), ini berarti sampel sudah memiliki pendidikan yang sudah cukup tinggi.

4. Mata Pencaharian

Mata pencaharian responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini meliputi berbagai macam bidang pekerjaan. Hal ini dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pekerjaan

No	Mata Pencapaian	Jumlah Sampel	Presentase (%)
1	Petani	29	29%
2	Wiraswasta	25	25%
3	PNS	3	3%
4	Pegawai Swasta	12	12%
5	Buruh/Lainya	11	11%
	DII	20	20%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 24

Berdasarkan data pada 4.9 tabel di atas, sampel yang terbanyak memiliki mata pencapaian sebagai petani sebanyak (29%) dan yang paling sedikit adalah bekerja pada PNS sebanyak 3 orang (3%), dari tabel sampel keseluruhan sedangkan yang lainya bermata pencapaian sebagai Wiraswasta, dan buruh.

5. Pendapatan

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pendapatan/bulan

No	Pendapatan/bulan	Jumlah Sampel	Presentase (%)
1	Rp 500.000	12	12 %
2	Rp 1.000.000	54	54 %
3	Rp 1.000.000-Rp 1.500.000	16	16 %
4	Rp 2.000.000-Rp 4.000.000	8	8 %
5	Rp > Rp 5.000.000	10	18 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 24

Berdasarkan data pada tabel 4.10 di atas, sampel yang terbanyak memiliki pendapatan/bulan senesar Rp 1.000.000 adalah sebanyak 54 orang (54%) dan yang paling sedikit adalah dengan pendapatan/bulan Rp 2.000.000-Rp 4.000.000 sebanyak 8 orang (8%).

C. Hasil Penelitian

1. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total dari masing-masing atribut/indikator. Uji validitas digunakan untuk melihat

ketepatan dan kecermatan dari sebuah instrumen penelitian dalam fungsi ukurnya mengukur item-item pernyataan yang dibuat. Instrumen yang valid mempunyai arti bahwa alat ukur yang digunakan dalam bentuk pernyataan untuk memperoleh data (mengukur) juga dikatakan valid. Item pernyataan yang memiliki korelasi positif tinggi dianggap memiliki validitas yang tinggi pula.

Menurut Sugiyono, Corrected Item Total Correlation merupakan korelasi antarskor total item (butir pernyataan), sehingga interpretasinya dengan mengkonsultasikan nilai kritis r-tabel, jika r-hitung > nilai kritis r-tabel Product Moment maka instrumen dinyatakan valid atau dapat dikatakan bahwa butir pernyataan dari cerminan setiap variabel dalam penelitian ini keberadaannya pada instrumen penelitian dinyatakan valid (shahih).⁵ Adapun hasil uji validitas dari setiap butir pernyataan variabel dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	R hitung	R Tabel	Keterangan
Pendapatan (X1)	XI.1	0,815	0,197	Valid
	XI.2	0,821	0,197	Valid
	XI.3	0,627	0,197	Valid
	XI.4	0,798	0,197	Valid
	XI.5	0,657	0,197	Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0,777	0,197	Valid
	X2.2	0,822	0,197	Valid
	X2.3	0,754	0,197	Valid
	X2.4	0,814	0,197	Valid
	X2.5	0,709	0,197	Valid
Gaya hidup (X3)	X3.1	0,672	0,197	Valid
	X3.2	0,868	0,197	Valid
	X3.3	0,657	0,197	Valid
	X3.4	0,810	0,197	Valid
	X3.5	0,692	0,197	Valid

⁵Sugiono, *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, (Medan: USU Press, 2010), h. 68.

Konsumsi (Y)	Y1	0,620	0,197	Valid
	Y2	0,851	0,197	Valid
	Y3	0,721	0,197	Valid
	Y4	0,844	0,197	Valid
	Y5	0,693	0,197	Valid

Sumber: data diolah menggunakan Spss 24

Berdasarkan hasil uji validitas (kekonsistenan) yang terlihat pada Tabel 4.11, maka diperoleh nilai r -hitung dari kedua puluh pernyataan berada antara 0,620 sampai 0,868, dimana r -hitung > nilai r -tabel, untuk $df (100-2) = 98$ pada taraf $\alpha = 0,05$ diperoleh r -tabel = 0,197. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa semua butir pernyataan pada kuesioner adalah valid atau mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner, sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

b. Uji Realibilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan reliabel atau handal apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama pula. Untuk melakukan uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian adalah dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Jika r -hitung > nilai kritis r -tabel Product Moment (atau >0,6) maka data penelitian dianggap reliabel atau handal untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data guna menguji hipotesis penelitian.⁶

Adapun hasil uji reliabilitas dari setiap butir pernyataan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Pendapatan (X1)	0,796	Reliabel
Religiusitas (X2)	0,846	Reliabel
Gaya hidup (X3)	0,788	Reliabel

⁶ *Ibid*, h. 70.

Konsumsi (Y)	0,801	Reliabel
--------------	-------	----------

Sumber: Data diolah melalui Spss 24

Hasil analisis uji reliabilitas (kehandalan) tersebut di atas diperoleh nilai Cronbach's Alpha (r-hitung) dari keempat variabel yakni pendapatan, religiusitas, dan gaya hidup serta konsumsi masyarakat Muslim Kecamatan Kotapinang antara 0,788 sampai 0,846, dimana r-hitung > r-tabel 0,197 (atau >0,6). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel (andal) atau dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam fungsi ukurnya tidak menimbulkan arti ganda sehingga memiliki keandalan dalam mengukur pengaruh faktor pendapatan, religiusitas, dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang.

2. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui distribusi frekuensi dari jawaban responden terhadap hasil angket (kuesioner) yang disebar. Hasil angket tersebut yang terdiri dari 100 sampel meliputi variabel pendapatan (X1), religiusitas (X2) dan gaya hidup (X3), serta variabel konsumsi masyarakat Muslim (Y).

a. Pendapatan (X1)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner tentang pendapatan, terlihat bahwa distribusi frekuensi dari item-item variabel tersebut sebagai berikut.

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Pendapatan (X1)

Butir	Alternatif Jawaban											
	STS		TS		RR		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	4	4	5	5	48	48	43	43	100	100
X1.2	2	2	3	3	7	7	44	44	44	44	100	100
X1.3	0	0	4	4	14	14	52	52	30	30	100	100
X1.4	0	0	2	2	7	7	54	54	37	37	100	100

X1.5	0	0	0	0	6	6	41	41	53	53	100	100
------	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	-----	-----

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dijelaskan jawaban responden berdasarkan item-item pertanyaan pendapatan (X1) sebagai berikut:

1. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X1.1, terdapat 4 orang (4%) menyatakan tidak setuju, 5 orang (5%) menyatakan ragu-ragu, 48 orang (48%) menyatakan setuju, dan 43 orang (43%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai setuju tentang pernyataan X1.1 sebanyak 48 orang (48%).
2. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X1.2, terdapat 2 orang (2%) menyatakan sangat tidak setuju, 3 (3%) orang menyatakan tidak setuju, 7 orang (7%) menyatakan ragu-ragu, dan ada sebanyak 44 orang (44%) menyatakan setuju dan sangat setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai setuju dan sangat setuju pada pernyataan X1.2 (44%).
3. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X1.3, terdapat 4 orang (4%) menyatakan tidak setuju, 14 orang (14%) menyatakan ragu-ragu, dan 52 orang (52%) menyatakan setuju, dan 30 orang (30%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai setuju tentang pernyataan X1.3 (52,7%).
4. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X1.4, terdapat 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 7 orang (7%) menyatakan ragu-ragu, 54 orang (54%) menyatakan setuju, dan 37 orang (37%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai setuju tentang pernyataan X1.4 (54%).
5. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X1.5, terdapat 6 orang (6%) menyatakan ragu-ragu, 41 orang (41%) menyatakan setuju, dan 53 orang (53%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab tidak

setuju dan sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa setengah responden menilai sangat setuju tentang pernyataan X1.5 (53%).

b. Religiusitas (X2)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner tentang religiusitas, terlihat bahwa distribusi frekuensi dari item-item variabel tersebut sebagai berikut.

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Religiusitas (X2)

Butir	Alternatif Jawaban											
	STS		TS		RR		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0	2	2	3	3	47	47	48	48	100	100
X2.2	0	0	2	2	7	7	40	40	51	51	100	100
X2.3	1	1	1	1	5	5	49	49	44	44	100	100
X2.4	0	0	1	1	6	6	49	49	44	44	100	100
X2.5	0	0	2	2	6	6	45	45	47	47	100	100

Sumber: Diolah melalui SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dijelaskan jawaban responden berdasarkan itemitem pertanyaan Religiusitas (X2) sebagai berikut:

1. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X2.1, terdapat 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 3 orang (3%) menyatakan ragu-ragu, 47 orang (47%) menyatakan setuju, dan 48 orang (48%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju tentang pernyataan X2.1 (48%).

2. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X2.2, terdapat 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 7 orang (7%) menyatakan ragu-ragu, 40 orang (40%) menyatakan setuju, dan 51 orang (51%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju tentang pernyataan X2.2 (51%).

3. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X2.3, terdapat 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju, 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, dan 5 orang (5%) menyatakan ragu-ragu, dan 49 orang (49%) menyatakan setuju, dan 44 orang (44%) menyatakan sangat setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai setuju tentang pernyataan X2.3 (49%).

4. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X2.4, terdapat 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, 6 orang (6%) menyatakan ragu-ragu, 49 orang (49%) menyatakan setuju, dan 44 orang (44%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai setuju tentang pernyataan X2.4 (49%).

5. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X2.5, terdapat 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 6 orang (6%) menyatakan ragu-ragu, 45 orang (45%) menyatakan setuju, dan 47 orang (47%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa setengah responden menilai sangat setuju tentang pernyataan X2.5 (47%).

c. Gaya Hidup (X3)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner tentang gaya hidup, terlihat bahwa distribusi frekuensi dari item-item variabel tersebut sebagai berikut:

Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X3)

Butir	Alternatif Jawaban											
	STS		TS		RR		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	0	0	1	1	4	4	33	33	62	62	100	100
X3.2	1	1	0	0	3	3	33	33	63	63	100	100
X3.3	0	0	0	0	9	9	39	39	52	52	100	100
X3.4	0	0	0	0	1	1	44	44	55	55	100	100
X3.5	0	0	0	0	1	1	37	37	62	62	100	100

Sumber: Diolah melalui SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan jawaban responden berdasarkan itemitem pertanyaan Gaya Hidup (X3) sebagai berikut:

1. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X3.1, terdapat 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, 4 orang (4%) menyatakan ragu-ragu, 33 orang (33%) menyatakan setuju, dan 66 orang (62%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju tentang pernyataan X3.1 (62%).

2. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X3.2, terdapat 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju, 3 orang (3%) menyatakan ragu-ragu, 33 orang (33%) menyatakan setuju, dan 63 orang (63%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju tentang pernyataan X3.2 (63%).

3. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X3.3, terdapat 9 orang (9%) menyatakan ragu-ragu, dan 39 orang (39%) menyatakan setuju, dan 52 orang (52%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju tentang pernyataan X3.3 (52%).

4. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X3.3, terdapat 1 orang (1%) menyatakan ragu-ragu, dan 44 orang (44%) menyatakan setuju, dan 55 orang (55%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju tentang pernyataan X3.3 (55%).

5. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang X3.3, terdapat 1 orang (1%) menyatakan ragu-ragu, dan 37 orang (37%) menyatakan setuju, dan 62 orang (62%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab tidak

setuju dan sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju tentang pernyataan X3.3 (62%).

d. Konsumsi Masyarakat Muslim (Y)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner tentang gaya hidup, terlihat bahwa distribusi frekuensi dari item-item variabel tersebut sebagai berikut.

Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Variabel Konsumsi Masyarakat Muslim (Y)

Butir	Alternatif Jawaban											
	STS		TS		RR		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	0	0	0	0	4	4	39	39	57	57	100	100
Y2	0	0	1	1	4	4	42	42	53	53	100	100
Y3	0	0	1	1	6	6	45	45	48	48	100	100
Y4	0	0	1	1	3	3	51	51	45	45	100	100
Y5	0	0	2	2	1	1	37	37	60	60	100	100

Sumber: Diolah melalui SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dijelaskan jawaban responden berdasarkan itemitem pertanyaan Konsumsi Masyarakat Muslim (Y) sebagai berikut:

1. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang Y1, terdapat 4 orang (4%) menyatakan ragu-ragu, dan 39 orang (39%) menyatakan setuju, dan 57 orang (57%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju tentang pernyataan Y1 (57%).
2. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang Y2, terdapat 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, 4 orang (4%) menyatakan ragu-ragu, 42 orang (42%) menyatakan setuju, dan 53 orang (53%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju tentang pernyataan Y2 (53%).

3. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang Y3, terdapat 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, dan 6 orang (6%) menyatakan ragu-ragu, dan 45 orang (45%) menyatakan setuju, dan 48 orang (48%) menyatakan sangat setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai setuju tentang pernyataan Y3 (48%).

4. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang Y4, terdapat 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, 3 orang (3%) menyatakan ragu-ragu, 51 orang (51%) menyatakan setuju, dan 45 orang (45%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai setuju tentang pernyataan Y4 (51%).

5. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang Y5, terdapat 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 1 orang (1%) menyatakan ragu-ragu, 37 orang (37%) menyatakan setuju, dan 60 orang (60%) menyatakan sangat setuju, namun tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa setengah responden menilai sangat setuju tentang pernyataan Y5 (60%).

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini bertujuan untuk memperoleh nilai penduga yang tidak bias dan efisien dari suatu persamaan regresi berganda, maka datanya harus memenuhi kriteria asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

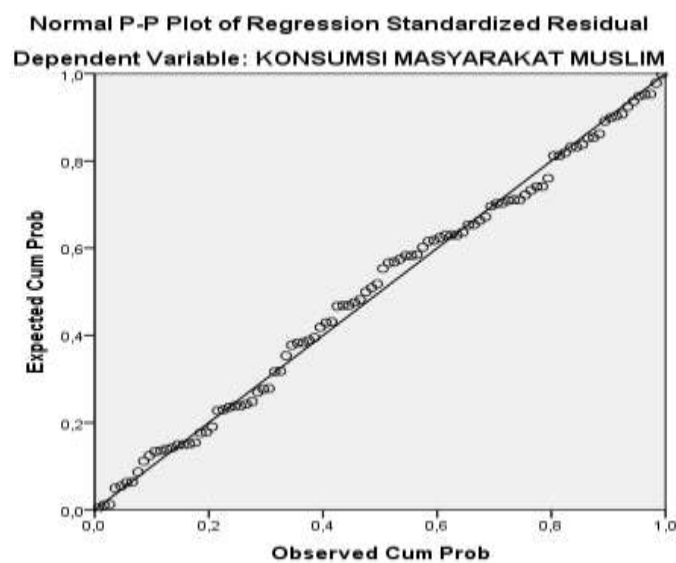
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

1) Uji Normalitas P-Plot

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat tampilan normal probability plot. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan

mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.⁷

Adapun hasil pengujian grafis normalitas dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut.



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian grafik normal probability plot, tampak bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena telah memenuhi asumsi normalitas.

2) Menggunakan *One Sample Kolomogorov-Smirnov*

Dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Jika signifikan yang dihasilkan $> 0,05$, maka distribusi data dikatakan normal. Sebaliknya jika signifikan yang

⁷ *Ibid*, h. 130.

dihasilkan $< 0,05$, maka data tidak terdistribusi secara normal. Hasil perhitungan nilai Kolmogorovo-Smirnov Test model yang di peroleh dapat dilihat pada tabel berikut:⁸

Tabel 4.17 Uji Normalitas *One Sample Kolomogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,88627484
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,046
	Negative	-,058
Test Statistic		,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah menggunakan Spss 24

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil data yang diperoleh yang dilihat dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ menyatakan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Keberadaan multikolinearitas dalam suatu regresi akan mengganggu hasil regresi penelitian, sehingga tidak menghasilkan parameter yang efisien dan efektif yang akan membuat kesalahan dalam parameter yang dihasilkan. Pengujian multikolinearitas ini dilakukan dengan cara melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai tolerance. Jika nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi korelasi sempurna antara variabel independen dan sebaliknya.⁹

⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariat dengan Program SPSS*, (Universitas Diponegoro, Semarang, 2005), h.95.

⁹*Ibid*, h. 130

Adapun hasil perhitungan nilai VIF dan Tolerance yang dilakukan untuk regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.17.

Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Pendapatan (X1)	0,830	1,205	Tidak Multikoliniearitas
Religiusitas (X2)	0,922	1,085	Tidak Multikoliniearitas
Gaya Hidup (X3)	0,876	1,142	Tidak Multikoliniearitas

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 24

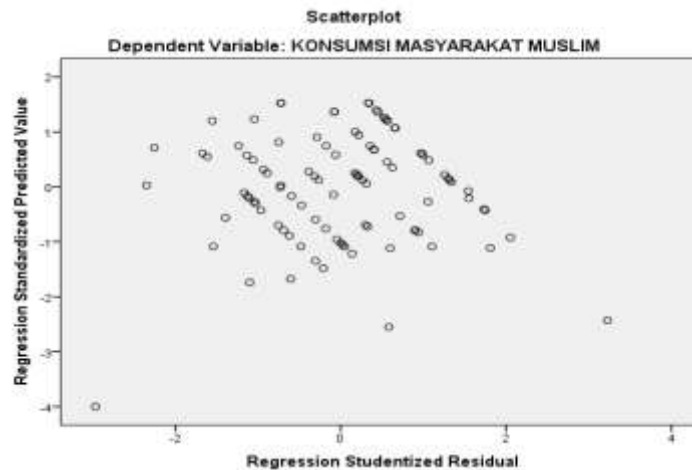
Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat diketahui bahwa angka *tolerance* dari variabel independen semuanya menunjukkan angka $> 0,10$, hal ini berarti bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Kemudian untuk angka variabel inflation factor (VIF), semua variabel independen menunjukkan $VIF < 10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen tersebut.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat apakah pengambilan sampel dilakukan dengan benar pada populasi yang tepat atau dengan kata lain apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual regresi. Suatu model regresi yang mengandung heterokedastisitas akan menghasilkan parameter yang bias yang akan menyebabkan kesalahan dalam perlakuan. Suatu model regresi yang baik apabila didalamnya tidak diperoleh heterokedastisitas melainkan homokedastisitas. Heterokedastisitas diuji dengan menggunakan grafik scatterplot. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas,

titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰

Adapun hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Gambar 4.2:



Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 tampak bahwa persebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

4. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa regresi berganda yang diestimasi telah memenuhi syarat asumsi-asumsi klasik sehingga diharapkan hasilnya akan baik dalam menganalisis pengaruh variabel pendapatan, religiusitas, dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang. Pengujian terhadap hasil regresi yang diperoleh dilakukan pengujian secara

¹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariat dengan Program SPSS*, h. 95.

serempak dengan menggunakan uji-F dan pengujian secara parsial menggunakan uji-t. Untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut.

a. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (F)

Pengujian secara simultan bertujuan untuk melihat pengaruh variabel pendapatan religiusitas dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang dengan melihat nilai F-hitungnya. Adapun hasil pengujian secara simultan dapat dilihat pada tabel 4.18.

Tabel 4.19 Pengujian secara simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	183,514	3	61,171	47,132	,000 ^b
	Residual	124,596	96	1,298		
	Total	308,11	99			

a. Dependent Variable: KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM

b. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS, PENDAPATAN

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 24

Dari hasil analisis data Anova pada tabel diatas dapat diperoleh bahwa nilai F_{hitung} sebesar 47,132 sedangkan nilai F_{tabel} dengan tingkat kesalahan 5% sebesar 2,700 adapau untuk menguji F, caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus $df1 = k-1$. Kemudian menentukan derajat bebas (df) untuk menyebut df2 dengan rumus $df2 = n-k$, dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data.

Dalam penelitian ini $k = 4$ dan $n = 100$. Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah $df1 = 4 - 1 = 3$, dan $df2 = 100 - 4 = 96$, sehingga dengan melihat nilai pada F_{tabel} , dengan $df1 = 3$ dan $df2 = 96$, menunjukkan bahwa nilai F-hitung yang diperoleh adalah 47.123 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan nilai F-tabel ($df1=3$; $df2=96$; $\alpha=0,05$) diperoleh 2,700. Dengan demikian, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $47.123 > 2,700$ yang berarti nilai ini menyatakan pengaruh yang positif dan signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Dengan hasil ini, maka dapat

disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “pendapatan, religiusitas dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang.

b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing – masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak sedangkan H_0 diterima atau variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima sedangkan H_0 ditolak atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.20 Pengujian secara parsial (Uji T)

Berdasarkan pengujian secara parsial seperti pada tabel 4.20 menunjukkan variabel pendapatan, religiusitas dan gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang. Hal ini dapat diketahui dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni 1,984 diperoleh dari ($df=n-4=100-4=96$; $\alpha=0,05/2=0,025$) dan dapat juga dilihat melalui tingkat signifikansinya dimana kolom sig. Probabilitas pada tabel 4.19 diperoleh nilai signifikansi $< 0,025$. Perincian uji secara parsial untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,117	1,341		-1,579	0,118		
	PENDAPATAN	0,340	0,053	0,458	6,435	0,000	0,830	1,205
	RELIGIUSITAS	0,205	0,049	0,281	4,163	0,000	0,922	1,085
	GAYA HIDUP	0,222	0,048	0,324	4,671	0,000	0,876	1,142

a. Dependent Variable: KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM

Sumber: Data diolah melalui SPSS 24.

- 1) Variabel pendapatan memiliki t-hitung $6,435 > 1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, ini berarti bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang. Dengan demikian, H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, yang menyatakan “Pendapatan berpengaruh secara parsial terhadap Konsumsi masyarakat Kecamatan Kotapinang” terbukti kebenarannya dan diterima.
- 2) Variabel religiusitas memiliki t-hitung $4,613 > 1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, ini berarti bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang. Dengan demikian, H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, yang menyatakan “Religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap Konsumsi masyarakat Kecamatan Kotapinang” terbukti kebenarannya dan diterima.
- 3) Variabel gaya hidup memiliki t-hitung $4,671 > 1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, ini berarti bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang. Dengan demikian, H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, yang menyatakan “Gaya Hidup berpengaruh secara parsial terhadap Konsumsi masyarakat Kecamatan Kotapinang” terbukti kebenarannya dan diterima.

c. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.21 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,117	1,341		-1,579	0,118
	PENDAPATAN	0,340	0,053	0,458	6,435	0,000
	RELIGIUSITAS	0,205	0,049	0,281	4,163	0,000
	GAYA HIDUP	0,222	0,048	0,324	4,671	0,000

Sumber: Data diolah melalui SPSS 24.

Selanjutnya dari tabel diatas pengujian secara parsial dapat pula diketahui hasil persamaan regresi linier berganda dari model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + e$$

$$\text{Konsumsi Masyarakat Muslim} = \alpha + \text{Pendapatan} + \text{Religiusitas} + \text{Gaya Hidup} + e$$

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *constant* = -2,117, pendapatan = 0,340, religiusitas = 0,205, Gaya Hidup = 0,222.

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (b_0) = -2,117, menunjukkan bahwa jika variabel pendapatan religiusitas dan gaya hidup dalam keadaan tetap atau tidak mengalami perubahan, maka konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang adalah sebesar -2,117 satuan.
- 2) $b_1 = 0,340$, menunjukkan bahwa apabila variabel pendapatan meningkat sebesar 1 satuan, maka konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang akan cenderung meningkat sebesar 0,340 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

- 3) $b_2 = 0,205$, menunjukkan bahwa apabila variabel religiusitas meningkat sebesar 1 satuan, maka konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang akan cenderung meningkat sebesar 0,205 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- 4) $b_3 = 0,222$, menunjukkan bahwa apabila variabel gaya hidup meningkat sebesar 1 satuan, maka konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang akan cenderung meningkat sebesar 0,220 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

d. Pengujian Hipotesis Variabel yang Dominan

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa dari ketiga variabel bebas, ternyata variabel pendapatan merupakan variabel yang paling dominan terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang. Hal ini terbukti dari angka koefisien pendapatan sebesar 0,340, angka t-hitung yang paling besar yakni 6,435 dan angka Probabilitas terkecil yakni 0,000, sehingga hipotesis ketiga terjawab.

e. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi (R) digunakan untuk menerangkan keeratan hubungan antara variabel-variabel bebas (pendapatan, religiusitas dan gaya hidup) dengan variabel terikat (konsumsi masyarakat muslim), sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menerangkan seberapa besar pengaruh dari seluruh variabel bebas (pendapatan, religiusitas dan gaya hidup) terhadap variabel terikat (konsumsi masyarakat muslim). Perolehan nilai R dan R^2 dapat dilihat pada tabel. 16 berikut.

Tabel 4.22 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,772 ^a	0,596	0,583	1,139	1,935

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS, PENDAPATAN

b. Dependent Variable: KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 24

Berdasarkan hasil pengujian koefisien korelasi dan determinasi tersebut diatas, dapat dijelaskan bahwa besarnya koefisien korelasi (R) sebesar 0,772 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat (rentang 0,60-0,799) dan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,583 (58,3%), yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel pendapatan, religiusitas dan gaya hidup dalam menjelaskan variasi nilai variabel konsumsi masyarakat muslim sebesar 58,3%, sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim Kecamatan Kotapinang.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat Kecamatan Kotapinang. Hal ini dilihat dari uji t hitung ($6,435 > t \text{ tabel } (1,984)$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai koefesien sebesar 0,340. Dengan demikian semakin tinggi pendapatan masyarakat maka akan semakin tinggi pula tingkat konsumsi masyarakat tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika pendapatan masyarakat rendah maka tingkat konsumsinya juga akan rendah.

masyarakat Kecamatan Kotapinang dengan pendapatan yang menurun tetapi memiliki tingkat konsumsi yang relatif tetap atau naik, Dan berdasarkan fakta bahwa terpenuhinya konsumsi yang berlebih yaitu dengan berhutang seperti teori yang dikemukakan oleh Lewis” bahwa orang yang memiliki pendapatan rendah atau menurun akan berhutang untuk memenuhi konsumsinya” dimana berhutang sering

terjadi disaat pengeluaran lebih besar dari pendapatan, sehingga ada upaya untuk memenuhi kekurangan pendapatan tersebut dengan mencari alternatif pinjaman atau utang. dengan pendapatan menurun mereka bisa memenuhi konsumsinya yang relatif tetap bahkan naik dengan alternatif melakukan pinjaman.¹¹ maka dengan pendapatan yang meningkat sudah pasti konsumsi mereka juga akan meningkat. sesuai dengan hasil angket kuesioner yang telah disebar dan dianalisis secara deskriptif menunjukkan bahwa sangat sedikit responden yang tidak setuju, sebagian besar menilai setuju dan beberapa menilai sangat setuju tentang pernyataan bahwa apabila pendapatan saya berubah maka konsumsi juga akan berubah. Berarti masyarakat setuju bahwa pendapatan sangat berpengaruh terhadap tingkat konsumsi masyarakat jika tingkat pendapatan naik maka tingkat konsumsi juga akan cenderung naik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang diungkapkan Amiruddin bahwa pendapatan amat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Karena apabila tingkat pendapatan meningkat, kemampuan masyarakat untuk membeli kebutuhan konsumsi semakin besar dan semakin menuntut kualitas yang baik.¹²

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa pendapatan berpengaruh besar terhadap tingkat konsumsi seseorang. Hasil penelitian Mahyudi Danil mengatakan bahwa pengeluaran konsumsi sebagai fungsi pendapatan merupakan faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap tingkah masyarakat dalam melakukan konsumsi. Perlu meningkatkan pendapatan yang maksimal.¹³

¹¹Heripson, "Utang Konsumtif Rumah Tangga Dalam Persepektif Konvensional Dan Syariah", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, 2017, h. 5.

¹²Dr. Amiruddin K, M.Ei, *Ekonomi Mikro (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional)*, (Makassar: Alauddin Press, 2013), h. 265.

¹³Mahyudi Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi PS Kantor Kabupaten Bireuen", (Universitas Almuslim Bireuen-Aceh), *Jurnal Ekonomi*, Vol. IV No. 7, 2013, h.3.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim Di Kecamatan Kotapinang.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang. Hal ini dilihat dari uji t hitung $(4,163) > t \text{ tabel } (1,984)$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai koefesien sebesar 0,205 dengan demikian semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka tingkat konsumsi juga bisa diatur sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan pada prinsip Islam mengenai bagaimana seharusnya seseorang atau dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim dalam mengonsumsi dengan baik. Semakin tinggi religiusitas seseorang maka akan semakin besar konsumsinya, karena konsumsi seorang muslim terkandung di dalamnya termasuk pengeluaran untuk sedekah. Hal ini disebabkan seorang muslim dalam berkonsumsi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan sendiri tetapi juga untuk kebutuhan orang lain.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anton Bawono bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim dia mengatakan jika semakin religius seseorang, maka memiliki potensi semakin besar tingkat konsumsinya, yang disebabkan semakin besar daya pikat yang akan diberikan dalam pengeluaran konsumsi untuk sedekah.

Akan tetapi tingkat konsumsinya masih tetap proposional dengan mempertimbangkan pendapatan yang dimiliki, sehingga konsumsinya pun masih tetap dan tidak berlebihan.¹⁴

3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim Di Kecamatan Kotapinang.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang. Hal ini dilihat dari uji t hitung $(4,671) > t \text{ tabel } (1,984)$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai koefesien sebesar 0,222. Dengan demikian

¹⁴Anton Bawono, "Kontribusi Religiusitas Dalam Rasionalitas Konsumsi Rumah Tangga Muslim", (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga), *Jurnal Ekonomi*, Vol. 8, No. 2, 2014, h. 306.

semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang maka tingkat konsumsi juga akan meningkat.

Zaman sekarang ini, kota-kota besar maupun kecil yang di Indonesia banyak mengikuti gaya hidup negara-negara maju dan tidak lagi memperhatikan gaya hidup negaranya sendiri sehingga memiliki perilaku yang konsumtif. Masyarakat Kecamatan Kotapinang yang dikenal tidak mudah terpengaruh oleh budaya-budaya luar dikarenakan masih terbilang kota yang masih berkembang yang ada di Kabupaten Labuhanbatu Selatan, namun berada di lingkungan masyarakat dengan gaya hidup yang semakin moderen dan berperilaku konsumtif menuntut masyarakat ini untuk mengikuti perkembangan zaman serta mengikuti sebagian gaya hidup lingkungan sekitarnya dan tentunya dengan memperhatikan syariat Islam, sehingga pola konsumsi juga berubah akibat adanya perubahan gaya hidup tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan pendapat Asep bahwa, fenomena nilai yang berubah dan gaya hidup memberi pengaruh pada persepsi konsumen dalam menentukan kebutuhan dan tempat mendapatkannya, yang sesuai status dan daya belinya. Persepsi konsumen dipengaruhi oleh keberadaan dan kondisi barang, pengalaman belanja sebelumnya, status sosial, informasi, waktu yang ada, tingkat harga dan sebagainya.¹⁵

4. Pengaruh Pendapatan, Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim Di Kecamatan Kotapinang

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pendapatan, religiusitas dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang. Hal ini dilihat dari uji f hitung ($47.123 > f$ tabel $(2,700)$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$). Selain itu dari hasil perhitungan diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,583$ ($58,3\%$) yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel pendapatan, religiusitas dan gaya hidup

¹⁵Indra Rahmadani, "Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslim Terhadap Adopsi Smartphone Apple (Study Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga)", *Jestt*, Vol. 2, No. 3, 2015, h. 202.

dalam menjelaskan variasi nilai variabel konsumsi masyarakat muslim sebesar 58,3%, sedangkan sisanya sebesar 41,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa dari ke tiga variabel yang signifikan tersebut, ternyata variabel pendapatan mempunyai pengaruh paling dominan terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang. Hal ini terbukti dari angka koefisien pendapatan yang paling besar yakni 0,340, angka t-hitung yang paling besar yakni 6,435 dan angka probabilitas 0,000. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lia Indriani bahwa variabel bebas yang memiliki korelasi tertinggi dan signifikan terhadap variabel terikat adalah pendapatan. Variabel pendapatan merupakan faktor penting yang menentukan tingkat konsumsi dan tabungan.¹⁶

Dari hasil penelitian yang saya lakukan terhadap masyarakat muslim yang ada di Kecamatan Kotapinang dilihat dari nilai religiusitas, setiap manusia pasti memiliki pemahaman yang berbeda-beda dalam memahami agama yang mereka anut, begitu juga nilai religiusitas setiap manusia juga berbeda-beda dalam memahami nilai-nilai religiusitas yang harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Khususnya dalam kegiatan mengkonsumsi tetapi, tidak sedikit juga masyarakat yang telah memahami pentingnya nilai-nilai agama atau religiusitas dalam mengkonsumsi hanya sekedar dijadikan sebagai pengetahuan yang tidak perlu / enggan untuk diamalkan. Sebanyak 60% masyarakat yang ada di Kecamatan ini dengan pemahaman/ketaatan agama yang baik dapat dilihat dari rata-rata masyarakatnya selalu menjalankan kewajiban seperti shalat, berpuasa, berzakat, mengikuti pengajian dan lain sebagainya, tetapi tidak dalam menjalankan bagaimana seseorang muslim yang taat harus mengkonsumsi sesuatu barang atau jasa yang mereka gunakan harus sesuai dengan aturan-aturan atau syariat islam, dimana islam dalam kegiatan mengkonsumsi tidak hanya memperhatikan halal haram saja tetapi bagaimana barang yang kita konsumsi dapat membawa kita kepada *maslahah*,

¹⁶Lia Indiriani, "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Religiusitas terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa", (Universitas Negeri Yogyakarta), *Jurnal Ekonomi*, Vol 2, No. 1, 2017, h. 4.

bukan *mudharat*, memahani kebutuhan yang harus terlebih dahulu dipeuhi dari pada keinginan, dan juga tidak boleh berlebihan. Tetapi dilihat dari fakta yang ada banyak dari masyarakatnya masih tidak dapat menahan hawa nafsu dalam mengkonsumsi. Berbagai alasan yang saya dapatkan mengapa masyarakat tersebut bersifat konsumtif padahal mereka sudah tau bahwa di dalam islam sangat melarang penganutnya untuk tidak bersikap konsumtif.

Dari hasil wawancara yang saya lakukan, beberapa masyarakatnya mengatakan bahwa manusia adalah salah satu makhluk yang mudah terpengaruh oleh lingkungan terutama lingkungan sekitarnya, manusia juga adalah makhluk yang tidak pernah puas terhadap apa yang sudah dimilikinya sekarang, sifat tamak dan ingin pamer ingin dilihat atau dikatakan bahwa hidupnya lebih baik dari orang lain, tidak sadar diri atau tidak pernah merasa kalau mereka sudah bersifat konsumtif karena semua barang-barang yang dibeli dianggap perlu atau dibutuhkan, pemahaman agama hanya pengetahuan dasar tidak terlalu mendalami aspek-aspek yang diatur dalam kegiatan kehidupan sehari-hari yang juga diatur dalam islam, hanya dalam perkara mengerjakan sekedar kewajiban yang diperintahkan Allah seperti shalat, puasa dan zakat, adanya sifat fasik didalam diri manusia yang sering dilakukan, dimana seseorang itu sudah tau bagaimana hukum tentang sesuatu hal yang telah diatur dengan baik, tapi tetap melakukannya atau bahkan seolah-olah tidak mengetahui tentang pemahaman tersebut.

Sedangkan sebanyak 40% masyarakatnya mengkonsumsi sesuai yang telah disyariatkan dalam islam, dimana beberapa masyarakatnya mengatakan bahwa mereka lebih memilih untuk menabung dari pada membelanjakan uang mereka kepada barang-barang yang tidak diperlukan, tidak mudah terpengaruh lingkungan sekitar, bisa berbagi bersama yang lain walaupun hanya sedikit adalah sesuatu hal yang membawa kebahagiaan bagi diri sendiri, pemahaman agama yang lebih mendalam tidak hanya mengerjakan perkara wajib saja tetapi isnhallah perkara sunnah juga dilakukan, pengamalan ilmu/pengetahuan yang didapat wajib untuk dilaksanakan, karena mereka beranggapan bahwa kesenangan dunia hanyalah sementara sedangkan akhirat kekal, tujuan hidup bagaimana agar bisa mencapai *falah* dan bagaimana agar Allah bisa selalu ridho kepada kehidupan mereka.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh pendapatan, religiusitas dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial, dapat dilihat bahwa t hitung ($6,435$) $>$ t tabel ($1,984$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien sebesar $0,340$ sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang .
2. Secara parsial, dapat dilihat bahwa t hitung ($4,163$) $>$ t tabel ($1,984$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien sebesar $0,205$ sehingga H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang.
3. Secara parsial, dapat dilihat bahwa t hitung ($4,671$) $>$ t tabel ($1,984$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien sebesar $0,222$ sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang.
4. Secara simultan, dapat dilihat f hitung ($47,132$) $>$ f tabel ($2,700$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan, religiusitas dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang.
5. Dari ke tiga variabel Independen, pengaruh masing-masing variabel yaitu: pendapatan $0,340$, religiusitas $0,205$ dan gaya hidup $0,222$. Sedangkan variabel yang dominan mempengaruhi konsumis masyarakat muslim di Kecamatan Kotapinang adalah variabel pendapatan sebesar $0,340$ dengan (t -hitung) $6,435 > 1,984$ (t -tabel) dan nilai signifikan sebesar $0,000$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya agar bisa mengembangkan model pengaruh pendapatan, religiusitas, dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang dengan menyertakan variabel yang lebih kompleks lagi. Jumlah responden juga perlu ditambah agar bisa mewakili masyarakat luas seperti di Kecamatan Kotapinang pada kasus ini. Penelitian yang bersifat kualitatif juga perlu dilakukan sehingga kompleksitas dari hasil penelitian diharapkan dapat lebih signifikan dalam memperkirakan dan menjelaskan pengaruh pendapatan, religiusitas dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat muslim Kecamatan Kotapinang .

2. Bagi masyarakat agar lebih memperhatikan perilaku dalam melakukan kegiatan konsumsi terutama bagi masyarakat muslim yang mempunyai syari'at dari sang penciptanya yang wajib untuk dipatuhi. Agar dapat mengonsumsi secara proposional yaitu tidak *israf* (berlebihan) tetapi juga tidak kikir. Seorang muslim percaya bahwa pengeluaran muslim dalam bentuk sedekah, merupakan investasi yang akan memberikan keberuntungan dan berkah. Adanya pendapatan yang melebihi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat sekitar yang memiliki gaya hidup hedonis harusnya tidak menjadikan umat muslim terpengaruh dan ikut serta mengikuti perilaku masyarakat yang konsumtif dan senantiasa berpegang teguh terhadap ajarannya yaitu Islam.

3. Bagi pemerintah setempat dapat menghimbau masyarakatnya untuk meminimalisir pengeluaran yang mereka lakukan terutama pengeluaran dalam memenuhi keinginan, lebih sering mengadakan sosialisasi kepada masyarakat bagaimana sih konsumsi yang wajar terutama didalam syariat islam, karena selain pengaruh pendapatan, ternyata faktor-faktor lain seperti: religiusitas, dan gaya hidup ternyata juga sangat mempengaruhi konsumsi masyarakat muslim tetapi dalam penelitian ini religiusitas dapat meningkatkan konsumsi dikarenakan islam

menganjurkan untuk berbagi kepada orang-orang yang membutuhkan, bentuk ketaatan dan rasa syukur kita kepada sang pencipta yang nantinya akan membawa kita kepada kebahagiaan, tetapi berbeda dengan gaya hidup yang terlalu berlebihan mengikuti zaman yang mengurangi norma-norma keagamaan sehingga dapat menjauhkan diri kita dari sang pencipta, sehingga apabila salah satu faktor diatas ketika terjadi perubahan dilingkungan masyarakat Kotapinang, pemerintah langsung dapat mengatasinya, dan tau cara untuk mencari solusinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, Alfathri. *Menggeladah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*, Yogyakarta: Jalasutra, 2006.
- Ahmad, Mustafa Al-Maragi. *Terjemah Tafsir Al-Maragi Juz 1*, Semarang: Karya Toha Putra, 1987.
- Ancok, Djamaluddin, *et. al. Psikologi Islami Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008.
- Anwar, Pratama Surya. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup", https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup-.html?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C1747271820, diakses tanggal 20 april 2018, jam 15.38.
- Antonio, Syafi'I, Muhammad. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Arikunto, Suharismi. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*, Cet. X: Rineka Cipta, Jakarta, 1996.
- Astuti, Tri Puji. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa, Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Syarif Hidayatullah jakarta", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 3, No 5, 2018.
- Badan Pusat Statistik Indonesia, *Statistical Yearbook Of Indonesia*, Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018.
- Badan Pusat Statistik Kecamatan Kotapinang Dalam Angka, *Kotapinang Subdistrict In Figure* 2018.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Labuhanbatu Selatan *Regency In Figures* 2018.
- Bakri, Asafri Jaya. *Konsep Maqasid syariah Menurut As-Syatibi* Jakarta: Rajawali Perss, 1996.

- Basyir, Himah. *Tafsir Al-Muyassar*, Penerbit: AnNaba', Jl. Kahar Muzakir i, no, 1, Semanggi, Solo, 2011.
- Chapra, M. Umer. *Islam Dan Tantangan Ekonomi: Islamisasi Ekonomi kontemporer, terj.* Nur Hadi Ihsan dan Rifqi Amar Surabaya: Risalah Gusti, 1999.
- Chaudry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Prinsip Dasar Islam*, Jakarta: Prenada media Group, 2012.
- Danil, Mahyu. "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7:9, 2016.
- David, Chaney. *Life Style: Sebuah Pengantar Komprehensif*, Yogyakarta: Jalasutra, 2004.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Qur'an Dan Terjemah*, Surabaya: Karya Utama, 2005.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahannya*, Surat al-A'raf Ayat 31, 2012.
- Departemen Pendidikan Dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1998.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahannya: Qs At-Thalaq, (65): 7*, Diponegoro, Bandung, 2006.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariat dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2015.
- Gregory, N, Mankiw. *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Indra, Rahmadi. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslim Terhadap Adopsi Smartphone Apple, Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga)," *Jurnal Jestt*, Vol. 2 No. 3 2015.

- Jenita. “Konsep Konsumsi Dan Perilaku Konsumsi Islam”, *JEBI*, Vol. 2, No. 1, 2017.
- Kantor Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Syamil Cipta Media, 2005.
- Karim Adiwarman A. *Ekonomi Mikro IslamI*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Komariah, Neng Kokom. “Pengaruh Gaya Hidup Remaja Terhadap Meningkatnya Perilaku Melanggar Norma Masyarakat,” *Jurnal Sosietas*, Vol. 5, No. 2 2015.
- Maturidi, Ade Djohar. *Metodologi Penelitian Teknik Informatika*, Yogyakarta: Gemma Press, 2014.
- Mustafa, Mujeteba. “Konsep Prediksi dan Konsumsi dalam Al-Qur'an”, *Al-Amwal*, Vol. 1, No. 2 September, 2016.
- Nugroho, J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Prenada Media Group, 2015
Pusat Pengkajian dan pengembangan Ekonomi Islam, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Putong, Iskandar. *Pengantar Mikro dan Makro*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Qardhawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam perekonomian Islam*, Jakarta: Rabbani Press, 1995.
- Rahardja, Prathama & Mandala Manurung. *Pengantar Ilmu Ekonomi mikroekonomi & makroekonomi*) Edisi ke tiga, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia 2008.
- Rahmadi, Nur Ahmadi Bi. *Metodelogi Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UINSU, 2016.
- Raudhah. “Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Perilaku Konsumsi Sepeda Motor Pasca Tsunami Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Studi kasus di Desa Lambaro Skep Aceh”, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), *Jurnal Ekonom*, Vol 8, No 3, 2008.

- Ridwan, M, *et al. Ekonomi Islam Pengantar Mikro dan Makro*, Bandung Citra Pustaka Media, 2013.
- Ritonga, Haroni Doli. *Pola Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi, Vol. 13, No. 3, 3 juli 2010.
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011.
- Santoso, Lukman. Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Toko Artomoro Di Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018.
- Samuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus. *Ilmu Mikroekonomi, Edisi 17*. Jakarta: Media Global Edukasi, 2004.
- Sihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah*, Vol. 5. 2010.
- Siti, Qudsiyah Dkk. “Pengaruh Nilai Religiusitas terhadap Etika Konsumsi Islami Mahasiswa Di Kawasan Pesantren Daarut Tauhid Kota Bandung”, *Jurnal Ekonomi: Universitas Islam bandung*, Vol 2, No 1, 2016.
- Soekartawi. *Faktor-Faktor Product*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Sugiono. *Metode Penelitian Administrasi*, Jakarta: Gravindo, 2014.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Lengkap Praktis dan Mudah Dipahami*, Jogjakarta: PUSTAKA BARU PRESS, 2014.
- S. Uyanto, Tanislaus. *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Tarigan, Azhari Akmal. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, Medan: Febi Uin-Su Press, 2016.